

## **Arbeitspapier / Abteilung Wirtschaft**

**Bolte, C.  
Köhler, S.  
Kock, S.**

### **Studienprojekt Stadtentwicklung Sarstedt**

**Buchholz, G. (Hrsg.)**

## Inhalt

1 Einleitung.....	3
2 Makrostandort Sarstedt .....	3
3 Demografische Entwicklung .....	4
3.1 Demographie .....	4
3.2 Wohnen .....	6
3.3 Wirtschaft und Arbeitslage.....	6
3.4 Soziale Lage .....	8
4 Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet .....	9
5 Nachfragepotential im Marktgebiet.....	10
6 Leistungsdaten des Einzelhandels in Sarstedt.....	11
7 Einzelhandelszentralität .....	13
8 Einzelhandelszentralität nach Warengruppen in Sarstedt.....	15
9 Flächendichte .....	18
10 Kaufkraftstromanalyse in Sarstedt .....	20
11 Kaufkraftströme .....	21
12 Betriebs- und Branchenstruktur in Sarstedt .....	25
13 Lage und Ansiedlungspotentiale .....	27
14 Strategien für die zukünftige Entwicklung der Stadt Sarstedt .....	28
15 Flächenmanagement.....	30
16 Vergleich mit Einzelhandelskonzept Hannover .....	30
17 Literaturliste.....	34
18 Anhang .....	35

## 1 Einleitung

Der Bericht dieses interdisziplinären Studienprojekts „Stadtentwicklung Sarstedt“ stellt einen Überblick über die Grundzüge und die aktuelle Lage des Makrostandorts Sarstedt dar.

Dabei werden demographische Entwicklungen und sozioökonomische Rahmendaten mit einbezogen, die die Basis bieten, um Tendenzen für die Zukunft des Zusammenlebens des Menschen im Wirtschaftsraum des Mittelzentrums der Stadt Sarstedt ableiten zu können. Ein besonderer Fokus des Projektberichts liegt auf der Untersuchung des Einzelhandels mit den verschiedenen Facetten der Kaufkraft, Nachfrage, Fläche und diverser Potentialermittlungen.

## 2 Makrostandort Sarstedt

Das Mittelzentrum Sarstedt liegt im Landkreis Hildesheim direkt am Fluss Innerste, kurz bevor dieser in die Leine mündet. Die Stadt Sarstedt ist vor allem durch die Lage zwischen den Oberzentren Hannover und Hildesheim geprägt und kennzeichnet sich durch folgende geographische und infrastrukturelle Faktoren:

- Sarstedt liegt unmittelbar an der BAB 7. Die Oberzentren Hannover und Hildesheim sind darüber hinaus über die B 6 direkt zu erreichen. Die Fahrtzeit mit dem PKW nach Hannover beträgt ca. 26 min. (21 km) und in die Stadt von Hildesheim rund 20 min. (14 km)
- Sarstedt ist sehr gut an das Schienennetz der deutschen Bahn angeschlossen. Über verschiedene Regionalzüge bestehen i.d.R. fünf Verbindungen in einer Stunde nach Hannover. Nach Hildesheim fahren ca. drei Mal in der Stunde Züge. Die Fahrt mit den Zügen in die beiden Oberzentren beträgt zwischen 12 und 19 Minuten. Außerdem ergänzen überregionale Buslinien das Angebot im Öffentlichen Personennahverkehr und bieten unter anderem auch ideale Verbindungen nach Hildesheim.
- Zur Kommune Sarstedt gehören neben der Kernstadt Sarstedt noch weitere sechs Ortsteile. Mit 79% ist der meiste Anteil der Bevölkerung im Kernstadtgebiet angesiedelt. Insgesamt ist die Stadt Sarstedt durch eine kompakte Siedlungsstruktur geprägt. Die einzelnen Ortsteile der Stadt liegen an übergeordneten Landes- oder Kreisstraßen, die Innenstadt ist von den Ortsteilen gut zu erreichen.

## 3 Demografische Entwicklung

In diesem Abschnitt werden die bisherigen demographischen Entwicklungen mit den Unterpunkten Demographie, Wohnen, Wirtschaft und Arbeitslage, sowie die soziale Lage in Form von aussagekräftigen Zahlen aufgeführt und Vergleiche der Stadt Sarstedt zu umliegenden Gemeinden und Städten gezogen.

Die statistischen Daten wurden dabei ausgewertet, um den aktuellen Entwicklungsstand abzubilden. Darüber hinaus werden diverse Prognosen der Bevölkerungsentwicklung dargestellt, um wahrscheinliche Veränderungen in der Bevölkerungszahl und der Altersstruktur für die Zukunft wiederzugeben. Im Anhang befinden sich dazu noch einige Karten zu der Thematik bezogen auf das Land Niedersachsen.

### 3.1 Demographie

Die nachfolgende Tabelle stellt eine Übersicht einiger Daten zur Demographie dar:

Tabelle 1-Demographische Daten

Indikatoren	Sarstedt	Laatzen	Pattensen	Hildesheim, Landkreis	Hannover, Region
Bevölkerungszahl 2007	<b>18.577</b>	40.131	13.946	288.623	1.130.039
Demographietyp	<b>Typ 1</b>	Typ 1	Typ 3	–	–
Bevölkerungsentwicklung vergangene 7 Jahre (%)	<b>3,8</b>	4,5	6,8	–1,5	1,1
Bevölkerungsentwicklung 2006 bis 2025 (%)	<b>3,4</b>	5,1	4,2	–5,1	–0,0
Frauenanteil an den 20– bis 34–Jährigen (%)	<b>49,6</b>	51,4	49,9	51,3	51,0
Fertilitätsindex (%)	<b>4,1</b>	0,4	5,3	–0,1	–4,2
Ausländeranteil (%)	<b>7,0</b>	10,2	3,6	5,6	10,4
Familienwanderung (Pers. je 1.000 Ew.)	<b>6,7</b>	10,0	15,4	–0,7	–0,3
Bildungswanderung (Pers. je 1.000 Ew.)	<b>–5,9</b>	–1,4	–15,3	11,1	33,4
Wanderung zu Beginn der 2. Lebenshälfte (Pers. je 1.000 Ew.)	<b>–0,7</b>	1,3	0,4	–0,1	–1,6
Alterswanderung (Pers. je 1.000 Ew.)	<b>–0,4</b>	4,6	–1,0	0,7	–2,2
Durchschnittsalter (Jahre)	<b>42,9</b>	44,3	43,7	43,6	43,1
Durchschnittsalter 2025 (Jahre)	<b>46,2</b>	47,8	46,7	47,4	46,0
Median–Alter (Jahre)	<b>42,6</b>	44,5	43,3	43,0	42,1
Median–Alter 2025 (Jahre)	<b>47,0</b>	49,1	47,4	48,6	45,8
Jugendquotient (unter 20–Jährige je 100 Pers. der AG 20–64)	<b>35,1</b>	31,1	35,3	34,2	30,7
Jugendquotient 2025 (unter 20–Jährige je 100 Pers. der AG 20–64)	<b>32,1</b>	30,6	32,5	29,8	28,1
Altenquotient (ab 65–Jährige je 100 Pers. der AG 20–64)	<b>34,7</b>	36,2	37,6	37,2	33,9
Altenquotient 2025 (ab 65–Jährige je 100 Pers. der AG 20–64)	<b>44,2</b>	51,5	45,0	47,8	40,8
Anteil unter 18–Jährige (%)	<b>18,4</b>	16,4	18,5	17,6	16,6
Anteil unter 18–Jährige 2025 (%)	<b>16,2</b>	14,9	16,3	15,0	14,9
Anteil 65– bis 79–Jährige (%)	<b>15,9</b>	16,9	17,2	16,2	15,5
Anteil 65– bis 79–Jährige 2025 (%)	<b>17,1</b>	19,0	16,8	18,0	16,3
Anteil ab 80–Jährige (%)	<b>4,5</b>	4,8	4,6	5,5	5,1
Anteil ab 80–Jährige 2025 (%)	<b>8,0</b>	9,3	8,5	8,9	7,9

Aus diesen Daten lassen sich die folgenden Aspekte herausstellen:

- Sarstedt weist im Betrachtungszeitraum der Jahre 2000 bis 2007, sowie für die in die Zukunft bis zum Jahr 2025 reichenden Prognosen ein positives und stabiles Bevölkerungswachstum auf. Das ist vor allem gegenüber der insgesamt negativen Bevölkerungsentwicklung des Landkreises Hildesheim und der vermutlich stagnierenden Bevölkerungsentwicklung der Region Hannover hervorzuheben.
- Weiter ist zu erkennen, dass sich das Durchschnittsalter der Bevölkerung im Rahmen einer Zunahme von im Schnitt bis zu maximal ca. 5 Jahren entwickelt, dieser Trend lässt sich auch an einer Zunahme des Anteils der über 65 Jährigen (bis 2025 ca. 44% der Gesamtpopulation Sarstedts) erschließen, als auch der Tatsache, dass der Anteil der Kinder und Jugendlichen (bis 18 Jahre) bis 2025 abnimmt. Dieses Phänomen betrifft die Stadt Sarstedt nicht allein, alle anderen Vergleichsgemeinden und –regionen weisen ähnliche Tendenzen auf. Die Bevölkerung veraltet zunehmend.

Die Darstellung der Alterspyramide unterstützt diese Tendenz graphisch:



Abbildung 1 - Alterspyramiden von Sarstedt für die Jahre 2006 und 2025

- Auffällig ist im Vergleich der Referenzkommunen, dass die Gemeinden Sarstedt, Pattensen und Laatzen Abwanderungserscheinungen im Bereich der Bildung und Zuwanderungserscheinungen von Familien zeigten, während die Familienwanderung für den Landkreis Hildesheim und die Region Hannover stagnierte, es jedoch zu verstärkten Bildungsmigrationen kam. Gründe hierfür könnten vor allem sein, dass Hannover und Hildesheim Hochschulstandorte sind, als auch andere überregionale Bildungseinrichtungen wie beispielsweise Berufsschulen und Ausbildungsstätten besitzen, die vor allem junge Menschen dazu bewegen, in die Nähe der Einrichtungen zu ziehen. Sarstedt nimmt in diesem Kontext durch die Lage zwischen den zwei Oberzentren Hannover und Hildesheim einen Wohnortstatus ein.

## 3.2 Wohnen

Die nachfolgende Tabelle stellt eine Übersicht zur Wohnlage dar:

Tabelle 2 - Wohnlage in der Region Hannover

Indikatoren	Sarstedt	Laatzen	Pattensen	Hildesheim, Landkreis	Hannover, Region
Bevölkerungszahl 2007	<b>18.577</b>	40.131	13.946	288.623	1.130.039
Demographietyp	<b>Typ 1</b>	Typ 1	Typ 3	–	–
Wohnfläche pro Person (Quadratmeter)	<b>40,4</b>	41,2	45,0	43,7	42,0
Anteil Wohnungen in Ein-/Zweifamilienhäusern (%)	<b>51,7</b>	34,6	66,3	54,8	34,9

Aus diesen Daten lässt sich konstatieren, dass das Mittelzentrum Sarstedt fast anteilig mit 50% aus Ein- oder Zweifamilienhäusern und die andere Hälfte demnach aus Mehrfamilienhäusern besteht. Grundsätzlich ist die Wohnfläche mit 40,4 m<sup>2</sup> pro Person minimal geringer, als die Wohnfläche pro Person der Vergleichsgemeinden.

## 3.3 Wirtschaft und Arbeitslage

Die folgenden Daten zeigen einen Überblick zur Wirtschafts- und Arbeitsmarktlage auf:

Tabelle 3 - Wirtschafts- und Arbeitsmarktlage der Region

Indikatoren	Sarstedt	Laatzen	Pattensen	Hildesheim, Landkreis	Hannover, Region
Bevölkerungszahl 2007	<b>18.577</b>	40.131	13.946	288.623	1.130.039
Demographietyp	<b>Typ 1</b>	Typ 1	Typ 3	–	–
Beschäftigte 1. Sektor (%)	<b>1,3</b>	0,2	2,1	0,9	0,6
Beschäftigte 2. Sektor (%)	<b>41,6</b>	23,0	30,0	37,8	22,7
Beschäftigte 3. Sektor (%)	<b>57,1</b>	76,8	67,8	61,3	76,7
Bedeutung als Arbeitsort	<b>0,9</b>	1,2	0,7	0,9	1,2
Arbeitsplatzentwicklung vergangene 5 Jahre (%)	<b>–3,1</b>	5,4	–2,2	–5,5	–3,7
Erwerbstätigenquote (%)	<b>55,2</b>	53,2	56,0	51,5	50,8
Frauenerwerbstätigenquote (%)	<b>50,3</b>	50,0	50,7	46,5	47,6
Verhältnis Erwerbsquote von Frauen und Männern (%)	<b>84,0</b>	88,3	82,7	82,1	88,3
Erwerbstätige 55 bis 64-Jährige (%)	<b>37,2</b>	37,8	36,8	34,0	34,3
Beschäftigtenanteil Dienstleistungssektor (%)	<b>7,2</b>	22,9	3,7	6,9	15,7
Beschäftigungsentwicklung Dienstleistungssektor (%)	<b>34,0</b>	41,0	6,5	9,6	9,9
Beschäftigtenanteil Forschung und Entwicklung (%)	<b>k.A.</b>	k.A.	k.A.	1,9	0,9
Anteil Hochqualifizierte am Arbeitsort (%)	<b>5,6</b>	7,2	2,4	7,9	10,9
Anteil Hochqualifizierte am Wohnort (%)	<b>7,6</b>	7,6	8,3	8,3	11,8
Anteil Schulabgänger mit Hochschulreife (%)	<b>30,5</b>	28,1	k.A.	30,3	30,6
Steuereinnahmen pro Einwohner (Euro)	<b>652,2</b>	786,5	707,1	694,2	1.044,3
Investitionen pro Einwohner (Euro)	<b>k.A.</b>	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.

Tabelle 4 - Ein- und Auspendler der Stadt Sarstedt

Einpendler	30.06.2002	4.044	48.162	1.361.679
Auspendler	30.06.2002	4.579	58.708	1.484.140
<b>Saldo</b>		<b>-535</b>	<b>-10.546</b>	<b>-122.461</b>
Einpendler	30.06.2003	4.115	47.869	1.356.237
Auspendler	30.06.2003	4.564	57.410	1.472.555
<b>Saldo</b>		<b>-449</b>	<b>-9.541</b>	<b>-116.318</b>
Einpendler	30.06.2004	3.941	47.326	1.349.468
Auspendler	30.06.2004	4.536	56.463	1.463.478
<b>Saldo</b>		<b>-595</b>	<b>-9.137</b>	<b>-114.010</b>
Einpendler	30.06.2005	3.888	46.696	1.342.159
Auspendler	30.06.2005	4.522	56.293	1.462.859
<b>Saldo</b>		<b>-634</b>	<b>-9.597</b>	<b>-120.700</b>
Einpendler	30.06.2006	3.899	46.832	1.362.433
Auspendler	30.06.2006	4.558	56.701	1.485.328
<b>Saldo</b>		<b>-659</b>	<b>-9.869</b>	<b>-122.895</b>
Einpendler	30.06.2007	4.048	47.612	1.392.938
Auspendler	30.06.2007	4.649	57.632	1.519.133
<b>Saldo</b>		<b>-601</b>	<b>-10.020</b>	<b>-126.195</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Niedersachsen; Tabelle K70A2021; Stand: 08.05.2008

- Die Entwicklung der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten in Sarstedt ist über die letzten fünf Jahre betrachtet rückläufig. Für den Landkreis Hildesheim trifft diese Tatsache noch deutlicher zu.
- Der Pendlersaldo ist leicht negativ, ist über die Jahre 2002 bis 2007 jedoch immer stabil geblieben. Im Zuge der Oberzentren Hildesheim und Hannover ist dies aber eine interessante Beobachtung, zumal sich daran zeigt, dass ähnlich viele Menschen ein- und auspendeln und sich daran die Bedeutung Sarstedts nicht nur reiner Wohnort sondern auch Arbeitsort zu sein, ausdrückt.
- Die Geltung des Arbeitsorts zeigt sich auch im Vergleich, dadurch dass Sarstedt weit mehr Beschäftigte im produzierenden Gewerbe (2. Sektor) hat als die übrigen Gemeinden. Das liegt vor allem an den insgesamt sechs Gewerbeparks, die einen Großteil der Unternehmen einen Standort bieten. Insgesamt gibt es in Sarstedt ca. 700 ansässige Betriebe mit ca. 5.900 Arbeitsplätzen, davon rund 2.430 Arbeitsplätze im produzierenden Gewerbe und 3.340 Arbeitsplätze im Dienstleistungsgewerbe (tertiärer Sektor).

### 3.4 Soziale Lage

Die unten stehende Tabelle verdeutlicht mit den dargestellten Zahlen die soziale Lage Sarstedts und anderer Gemeinden und Regionen:

Tabelle 5 - Soziale Lage Sarstedts und anderer Regionen

Indikatoren	Sarstedt	Laatzen	Pattensen	Hildesheim, Landkreis	Hannover, Region
Bevölkerungszahl 2007	<b>18.577</b>	40.131	13.946	288.623	1.130.039
Demographietyp	<b>Typ 1</b>	Typ 1	Typ 3	–	–
Anteil Einpersonenhaushalte (%)	<b>35,2</b>	36,6	34,9	42,1	43,3
Anteil Ausländer-Haushalte (%)	<b>6,0</b>	8,9	3,1	5,0	9,5
Anteil Haushalte mit Kindern (%)	<b>33,3</b>	32,1	33,9	31,3	25,0
Kaufkraft (Euro)	<b>41.978,4</b>	40.816,4	46.766,0	40.308,1	37.850,3
Anteil Haushalte mit geringem Einkommen (%)	<b>13,0</b>	13,7	10,6	12,6	14,7
Anteil Haushalte mit hohem Einkommen (%)	<b>16,8</b>	16,8	20,4	15,7	14,5
Einkommenshomogenität (%)	<b>50,8</b>	50,6	47,2	50,6	50,7
Arbeitslosenanteil – gesamt (%)	<b>12,3</b>	14,3	10,1	12,4	13,8
Arbeitslosenanteil – Ausländer (%)	<b>31,4</b>	34,3	20,3	31,6	31,9
Arbeitslosenanteil – unter 25-Jährige (%)	<b>14,8</b>	14,9	8,0	13,6	14,6
Anteil der Langzeitarbeitslosen – gesamt (%)	<b>5,4</b>	7,1	4,8	5,5	6,5
Anteil der Langzeitarbeitslosen – Ausländer (%)	<b>13,9</b>	18,6	9,1	14,7	16,6
Kinderarmut (%)	<b>17,2</b>	23,4	9,4	17,8	21,3
Jugendarmut (%)	<b>13,0</b>	17,8	8,8	k.A.	k.A.
Altersarmut (%)	<b>k.A.</b>	k.A.	k.A.	2,0	3,8
SGB II-Quote (%)	<b>11,5</b>	14,4	6,9	11,3	13,3

Der Arbeitslosenanteil Sarstedts als auch der Vergleichskommunen entspricht fast gleich dem des niedersächsischen Schnittes von 12,4%.

Anzumerken ist noch, dass der Anteil der Langzeitarbeitslosen etwas höher ist als der niedersächsische Durchschnitt von 4,2%.



## 4 Kaufkraftverhältnisse und Marktgebiet

Die Kaufkraft einer Region ist stark abhängig vom Einkommen der jeweiligen Bevölkerung, dies wiederum ist unter anderem abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung der Region bzw. der Stadt oder der Gemeinde. Kennziffern zur Bewertung dieser wirtschaftlichen Eckdaten sind unter anderem Anteil der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten, Anteil der Hartz-4-Empfänger, Anteil der Rentner, Anteil der Arbeitslosen und das Gesamteinkommen der Bevölkerung (siehe Tabelle 5).

Der zur Verfügung stehende Ausgabensatz im Einzelhandel pro Einwohner und Jahr liegt in Sarstedt für 2007 bei 5.551,26 €. Bundesweit wird für das Jahr 2007 ein Wert von 5.297 € pro Einwohner berechnet.

Wie die folgende Abbildung zeigt, liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Sarstedt mit 104,8 % deutlich über dem Bundesdurchschnitt mit 100 %.

Die Zahlen verdeutlichen eine grundsätzlich positive Bewertung der Kaufkraftverhältnisse in Sarstedt.

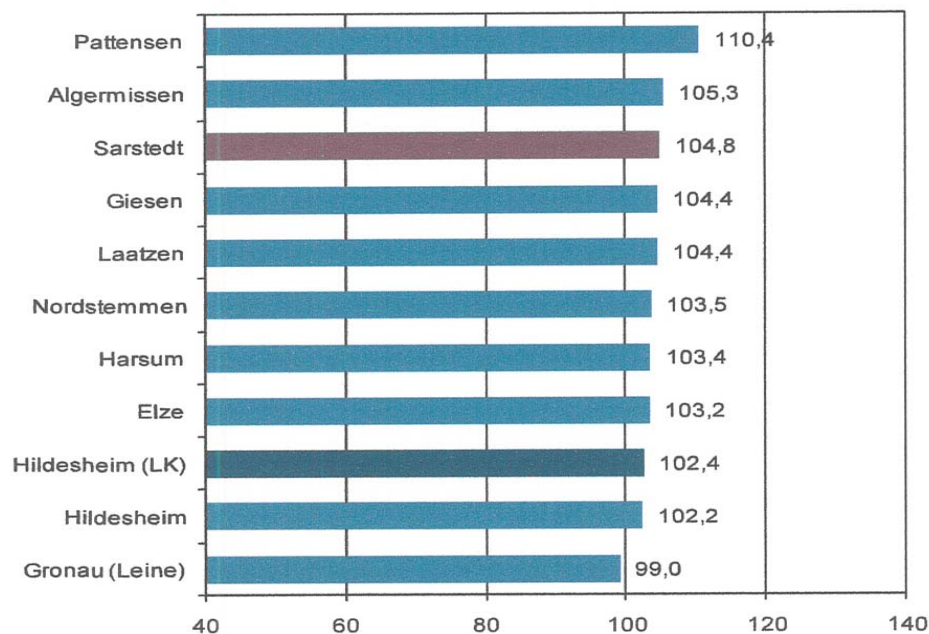


Abbildung 2 - Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich

Das Marktgebiet der Stadt Sarstedt kann folgendermaßen beschrieben werden.

- Neben dem Stadtgebiet umfasst das Marktgebiet lediglich Teile der direkt an das Stadtgebiet angrenzenden Kommunen. Das sind Giesen, Pattensen, Algermissen, Laatzen und Nordstemmen.
- Es wird deutlich, dass das derzeitige Marktgebiet des Mittelzentrums Sarstedt verhältnismäßig klein ist. Die Bindungswirkung des Einzelhandels nach außen lässt sehr schnell nach.
- Vor allem die Oberzentren Hannover und Hildesheim, aber auch das Mittelzentrum Laatzen (Leine-Center) tragen dazu bei, dass sich der Einzelhandel in Sarstedt innerhalb der Region bislang nur gering behaupten konnte. Von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang vor allem die gute Anbindung an das überregionale Straßen- und Schienennetz.
- Ausweitungen des Marktgebietes sind durchaus möglich, Voraussetzung hierfür ist die Schaffung von attraktiven Einzelhandelsmagneten. Vorrangiges Ziel sollte jedoch zunächst sein, die Kaufkraftbindung im bestehenden Marktgebiet zu konsolidieren und auszubauen.

## 5 Nachfragepotential im Marktgebiet

Die Berechnungen des Nachfragepotentials der Stadt Sarstedt und im Marktgebiet erfolgt auf der Basis der jeweiligen Einwohnerzahlen und Kaufkraftkennziffern in den Städten und Gemeinden. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.297 € für 2007 zugrunde gelegt. Für Sarstedt ergibt sich aufgrund der Kaufkraftkennziffer von 104,8 % somit ein Ausgabesatz von 5.551,26 € je Einwohner.

Innerhalb des Nachfragegebietes steht insgesamt ein Nachfragepotenzial von rund 276,9 Mio € zur Verfügung.

Die folgende Abbildung zeigt die Zusammensetzung des Nachfragepotenzials im Marktgebiet.

Tabelle 6 - Zusammensetzung des Nachfragepotenzials im Marktgebiet

CIMA Warengruppen	Anteil der Verbrauchs- ausgaben in %	Nachfragepotenzial in Mio. €			
		Sarstedt	Marktgebiet	Potenzial- reserve	Gesamt
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>54,2</b>	<b>56,0</b>	<b>92,5</b>	<b>1,5</b>	<b>149,9</b>
Lebensmittel und Reformwaren	39,3	40,7	67,1	1,1	108,9
Gesundheits- und Körperpflege	13,5	13,9	23,2	0,4	37,5
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften)	1,3	1,3	2,2	0,0	3,6
<b>Aperiodischer Bedarf</b>	<b>45,8</b>	<b>47,2</b>	<b>78,5</b>	<b>1,3</b>	<b>126,9</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>12,7</b>	<b>13,0</b>	<b>21,7</b>	<b>0,3</b>	<b>35,1</b>
Bekleidung, Wäsche	8,2	8,4	14,0	0,2	22,6
Schuhe, Lederwaren	2,3	2,4	4,0	0,1	6,4
Uhren, Schmuck, Optik	2,2	2,3	3,8	0,1	6,1
			0,0		
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>11,7</b>	<b>12,0</b>	<b>20,0</b>	<b>0,3</b>	<b>32,4</b>
Bücher, Schreibwaren	2,9	2,9	4,9	0,1	7,9
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik					
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	8,8	9,1	15,1	0,2	24,5
			0,0		
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>3,4</b>	<b>3,5</b>	<b>5,9</b>	<b>0,1</b>	<b>9,5</b>
Sportartikel	1,6	1,7	2,8	0,0	4,5
Spielwaren	0,8	0,8	1,3	0,0	2,1
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1,1	1,1	1,8	0,0	2,9
			0,0		
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik (gehobener Haushaltsbedarf)</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>1,3</b>	<b>0,0</b>	<b>2,1</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>6,4</b>	<b>6,6</b>	<b>10,9</b>	<b>0,2</b>	<b>17,7</b>
Möbel, Antiquitäten	5,2	5,4	9,0	0,1	14,5
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	1,1	1,2	1,9	0,0	3,1
			0,0		
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>10,9</b>	<b>11,2</b>	<b>18,6</b>	<b>0,3</b>	<b>30,1</b>
			0,0		
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>103,1</b>	<b>171,0</b>	<b>2,7</b>	<b>276,9</b>

## 6 Leistungsdaten des Einzelhandels in Sarstedt

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels basiert auf einer Totalerhebung in Sarstedt, die im Rahmen der Aktualisierung des Konsensprojektes großflächiger Einzelhändler für den erweiterten Wirtschaftsraum in Hannover im Sommer 2006 durch Vertreter des Landkreises Schaumburg durchgeführt wurde. Im April 2008 wurden diese Daten erneut auf Plausibilität überprüft. Neben dem Facheinzelhandel und dem filialisierten Einzelhandel werden folgende Betriebstypen zum Einzelhandel hinzugerechnet

- Ladenhandwerk
- Gewerbliche Betriebe mit für den Kunden zugänglichen Verkaufsflächen
- Gärtnereien

Im Ergebnis ist folgendes Festzustellen:

- Aktuell verfügt die Stadt Sarstedt über eine Gesamtverkaufsfläche von 26.490m<sup>2</sup>
- Die Verkaufsfläche verteilt sich auf insgesamt 113 Einzelhandelsbetriebe
- Der errechnete Einzelhandelsumsatz liegt bei rund 93,8 Mio. €
- Bezogen auf den Einzelhandelsumsatz liegt der Schwerpunkt im Bereich Lebensmittel/Reformwaren bei ca. 51,7 Mio. € Umsatz deutlich vor der Warengruppe Gesundheits- und Körperpflege mit rund 14,8 Mio. € und baumarktspezifische Sortimente mit 10,6 Mio. € Umsatz.
- Die durchschnittliche Raumleistung liegt branchenübergreifend bei ca. 3.541 € pro m<sup>2</sup>. Dieser Wert ist auf den hohen Verkaufsflächen- und Umsatzanteil im periodischen Bedarfsbereich zurückzuführen.

Tabelle 7 - Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Sarstedt

CIMA Warengruppe	Anz. der Betriebe	in %	Verkaufsfläche in qm	VKF in %	Umsatz in Mio. €	Umsatzverteilung in %
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>66</b>	<b>57,5%</b>	<b>14.465</b>	<b>54,6%</b>	<b>67,9</b>	<b>72,4%</b>
Lebensmittel und Reformwaren	43	38,1%	11.535	43,5%	51,7	55,1%
Gesundheits- und Körperpflege	9	8,0%	2.420	9,1%	14,8	15,7%
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	13	11,5%	510	1,9%	1,5	1,6%
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>48</b>	<b>42,5%</b>	<b>12.025</b>	<b>45,4%</b>	<b>25,9</b>	<b>27,6%</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>22</b>	<b>19,5%</b>	<b>3.106</b>	<b>11,7%</b>	<b>9,3</b>	<b>10,0%</b>
Bekleidung, Wäsche	13	11,5%	2.565	9,7%	7,0	7,5%
Schuhe, Lederwaren	3	2,7%	270	1,0%	0,8	0,9%
Uhren, Schmuck, Optik	6	5,3%	270	1,0%	1,5	1,6%
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>9</b>	<b>8,0%</b>	<b>1.255</b>	<b>4,7%</b>	<b>4,6</b>	<b>4,9%</b>
Bücher, Schreibwaren	2	1,8%	235	0,9%	---	---
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik	7	6,2%	1.020	3,9%	---	---
Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	7	6,2%	1.020	3,9%	---	---
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>3</b>	<b>2,7%</b>	<b>300</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,6</b>	<b>0,7%</b>
Sportartikel	0	0,0%	0	0,0%	0,0	0,0%
Spielwaren	1	0,9%	200	0,8%	---	---
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	2	1,8%	100	0,4%	---	---
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik</b>	<b>5</b>	<b>4,4%</b>	<b>240</b>	<b>0,9%</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3%</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>3</b>	<b>2,7%</b>	<b>290</b>	<b>1,1%</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5%</b>
Möbel, Antiquitäten	1	0,9%	55	0,2%	---	---
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	2	1,8%	235	0,9%	---	---
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>6</b>	<b>5,3%</b>	<b>6.835</b>	<b>25,8%</b>	<b>10,6</b>	<b>11,3%</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>113</b>	<b>100,0%</b>	<b>26.490</b>	<b>100,0%</b>	<b>93,8</b>	<b>100,0%</b>

### Schlussfolgerung:

Die Flächenproduktivität der Stadt Sarstedt, liegt im Vergleich zu den anderen Mittelzentren, die eine Flächenproduktivität von 2650 € pro m<sup>2</sup> aufweisen, deutlich oberhalb des Durchschnitts. Die Flächenproduktivität ist vor allem abhängig vom Betriebstyp und von der angebotenen Sortimentsstruktur. Insbesondere bei der Neuansiedlung großflächiger Betriebsformen außerhalb der Innenstadt ist davon auszugehen, dass die Flächenproduktivität in der Stadt insgesamt sinkt. Bezogen auf die allgemeinen Trends in der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland ist zu ergänzen, dass in den letzten Jahren die Umsatzentwicklung mit der rasanten Flächenexpansion nicht mithalten konnte; die Folge ist eher ein Rückgang der Flächenproduktivität (Umsatz pro m<sup>2</sup> Einzelhandelsfläche).

## 7 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 % so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland.

Für die Stadt Sarstedt lässt sich aus der Gegenüberstellung von Umsatz und Nachfragepotenzial folgendes ablesen:

- Die Zentralität über alle Branchen liegt in der Stadt Sarstedt nach Berechnungen bei 90,9 %
- Der Einzelhandelsumsatz in Sarstedt liegt in den meisten Warengruppen deutlich unter dem vorhandenen Nachfragepotenzial. Es finden somit deutliche saldierte Kaufkraftabflüsse in das Umland statt.
- Lediglich im periodischen Bedarfsbereich liegt die Zentralität mit 121,3 % deutlich über 100 %. Das bedeutet, dass die Kaufkraftzuflüsse hier deutlich überwiegen. Im aperiodischen Bedarfsbereich hingegen gibt es deutlich Kaufkraftabflüsse mit 54,9 %.



Tabelle 8 - Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Sarstedt

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfrage- volumen in Mio. €	Handels- zentralität in %
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>67,9</b>	<b>56,0</b>	<b>121,3</b>
Lebensmittel, Reformwaren	51,7	40,7	126,8
Gesundheits- und Körperpflege	14,8	13,9	106,1
Übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	1,5	1,3	111,6
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>25,9</b>	<b>47,2</b>	<b>54,9</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>9,3</b>	<b>13,0</b>	<b>71,6</b>
Bekleidung, Wäsche	7,0	8,4	83,5
Schuhe, Lederwaren	0,8	2,4	34,3
Uhren, Schmuck, Optik	1,5	2,3	66,9
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>4,6</b>	<b>12,0</b>	<b>38,1</b>
Bücher, Schreibwaren	***	***	34,0
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	***	***	39,5
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,6</b>	<b>3,5</b>	<b>17,3</b>
Sportartikel	0,0	1,7	0,0
Spielwaren	***	***	43,7
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc.)	***	***	24,9
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,3</b>	<b>0,8</b>	<b>39,1</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>0,5</b>	<b>6,6</b>	<b>7,1</b>
Möbel, Antiquitäten	***	***	2,2
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	***	***	29,8
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>10,6</b>	<b>11,2</b>	<b>94,5</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>93,8</b>	<b>103,1</b>	<b>90,9</b>

#### Schlussfolgerung:

Ein Mittelzentrum sollte neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich auch die Versorgung der angrenzenden Bevölkerung im aperiodischen Bedarfsbereich gewährleisten. Es lässt sich also schlussfolgern, dass im periodischen Bedarfsbereich leichte Kaufkraftzuflüsse vorhanden sind. Die Nahversorgungssituation ist also grundsätzlich zufriedenstellend zu bewerten. Hier gelingt es einen Großteil der vorhandenen Kaufkraft von außerhalb der eigenen Stadtgrenzen an den Standort Sarstedt zu binden. Von Bedeutung für die Innenstadt ist jedoch, dass sich kein einziger konventioneller Anbieter in der Innenstadt von Sarstedt befindet. Im aperiodischen Bedarfsbereich werden für die Mittelzentren nur sehr geringe Werte erreicht. In keiner der Warengruppen gelingt es, dass die Kaufkraftzuflüsse die Kaufkraftabflüsse übersteigen. Mit einer Einzelhandelszentralität von 90,9 % gelingt es also nicht, die Kaufkraft in Sarstedt zu halten. Bezogen auf das Stadtgebiet heißt das, dass hier die Kaufkraftabflüsse überwiegen.

## 8 Einzelhandelszentralität nach Warengruppen in Sarstedt

Die Handelszentralitäten der einzelnen Warengruppen sind durch die folgenden Aspekte gekennzeichnet:

- Die höchsten Zentralitätswerte weisen die Sortimente Lebensmittel/Reformwaren, übriger periodischer Bedarf und Gesundheits- und Pflegemittel auf.
- In den Warengruppen baumarktspezifische Sortimente, Bekleidung/ Wäsche und Uhren/ Schmuck/ Optik überwiegen bereits Kaufkraftabflüsse
- In den meisten Warengruppen gelingt es nicht einmal, die Hälfte der vorhandenen Kaufkraft am Ort zu binden.

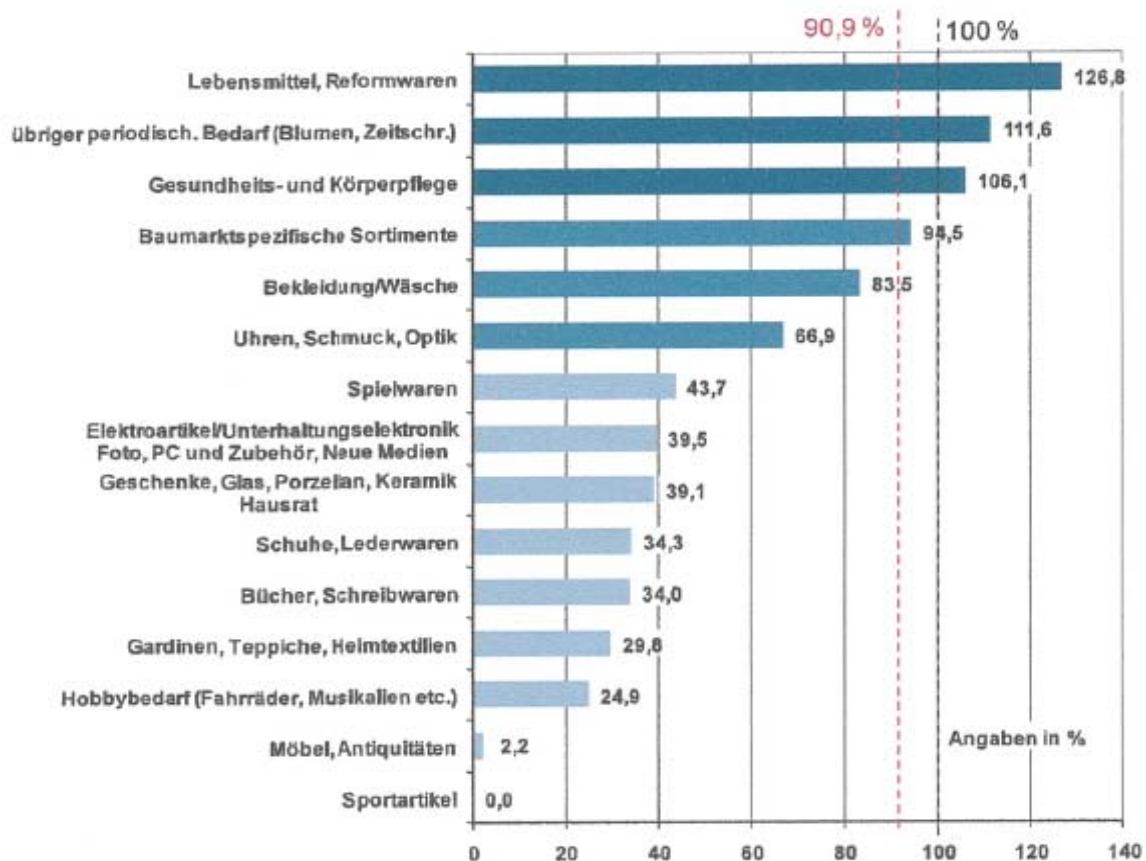


Abbildung 3 - Einzelhandelszentralität nach Warengruppen in Sarstedt

Eine Gegenüberstellung der Handelszentralitäten von Sarstedt mit vergleichbaren Mittelzentren aus dem erweiterten Wirtschaftsraum Hannover und dem benachbarten Mittelzentrum Laatzen zeigt mögliche Potenziale auf. Siehe Abbildungen der folgenden Seite.

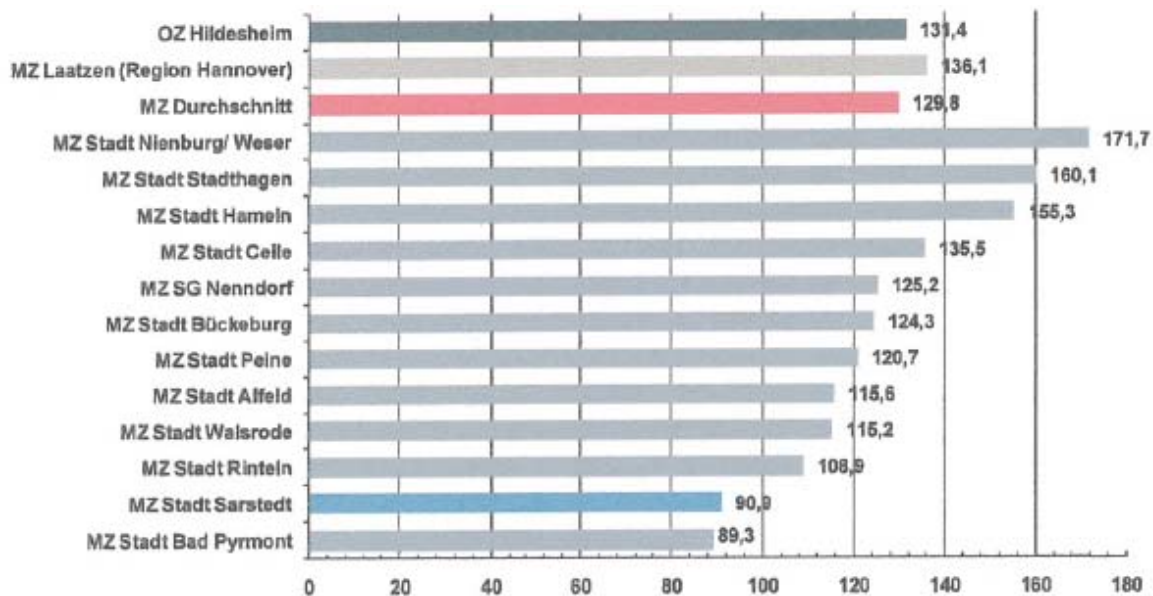


Abbildung 4 - Einzelhandelszentralität in % in Vergleich (Gesamtbetrachtung)

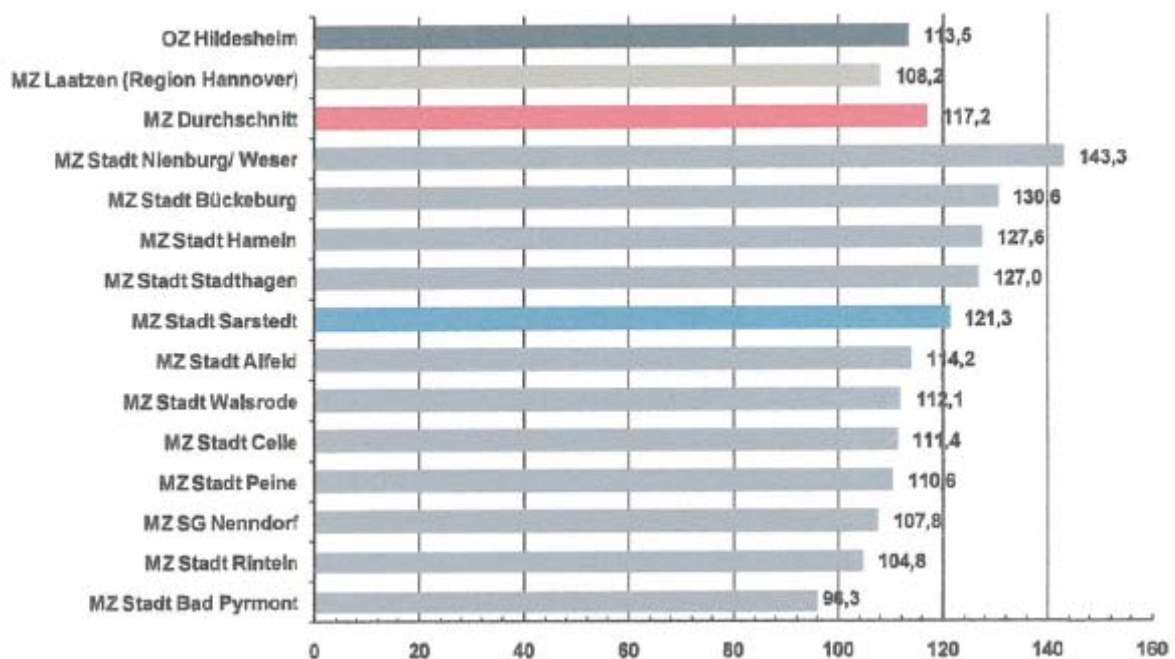


Abbildung 5 - Einzelhandelszentralität in % in Vergleich (periodischer Bedarf)



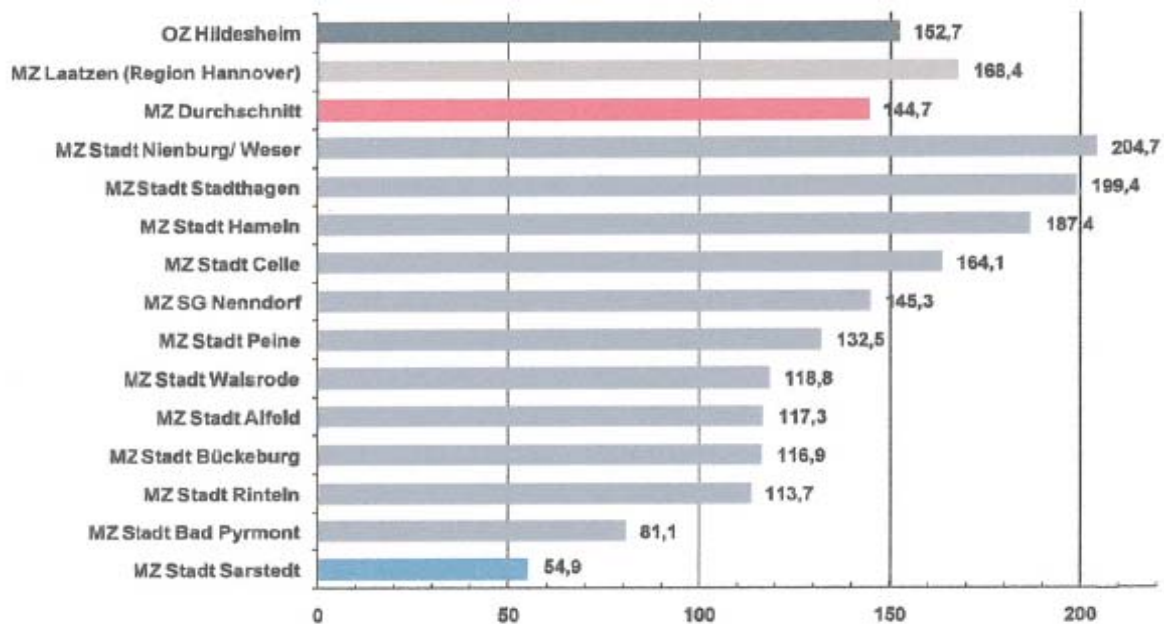


Abbildung 6 - Einzelhandelszentralität in % in Vergleich (aperiodischer Bedarf)

Der Vergleich mit den Mittelzentren im erweiterten Wirtschaftsraum Hannover und Laatzen zeigt folgendes:

- Insgesamt verfügt Sarstedt über eine deutlich unterdurchschnittliche Handelszentralität. Der Durchschnitt liegt bei 129,8%. Sarstedt erreicht lediglich 90,9% und liegt damit auch deutlich unter dem Zentralitätswert von Laatzen.
- Im periodischen Bedarfsbereich erreicht Sarstedt mit einer Handelszentralität von 121,3% jedoch einen deutlich überdurchschnittlichen Wert.
- Daraus ergibt sich, dass der insgesamt unterdurchschnittliche Wert für Sarstedt der vor allem im aperiodischen Bedarfsbereich begründet ist. Mit 54,9% im Vergleich zu Laatzen (168,4%) in unmittelbarer Nähe ist das ein nicht optimaler Wert.

Zu bedenken ist allerdings, dass diese Vergleichszahlen keine Aussage dazu treffen, ob sich ein bedeutender Teil der Einzelhandelsflächen in der Innenstadt oder an städtebaulich nicht-integrierten Fachmarktstandorten befindet. Außerdem sind für die Bewertung die Bevölkerungszahl vor Ort, die Lage zu den bedeutenden Konkurrenzstandorten sowie topographische Gegebenheiten von besonderer Bedeutung.

Bezogen auf Sarstedt bedeutet das, dass die starke Konkurrenzsituation zu den Oberzentren Hannover und Hildesheim und zum Mittelzentrum Laatzen die Entwicklung des Einzelhandels in Sarstedt in der Vergangenheit erheblich beeinflusst hat.

Schlussfolgerung:

Ein Mittelzentrum kann im Vergleich wesentlich höhere Handelszentralitäten erreichen, als das in Sarstedt der Fall ist. Potential besteht für Sarstedt insbesondere im aperiodischen Bedarfsbereich. Einschränkend muss jedoch erwähnt werden, dass Sarstedt durch die direkte räumliche Nähe zu den Oberzentren Hannover und Hildesheim sowie zum Mittelzentrum Laatzen (Leine-Center) einer besonders starken Konkurrenzsituation ausgesetzt ist.

## 9 Flächendichte

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt.

In der folgenden Abbildung ist ein allgemeiner Überblick über die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Sarstedt gegeben. Es sollte auch bedacht werden, dass vor allem Betriebsformen mit großen Verkaufsflächen (z.B. Baumärkte) sehr häufig über wesentlich geringere Flächenproduktivitäten als zum Beispiel kleinflächige, inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe verfügen. Folglich gibt die Verkaufsflächendichte nur eingeschränkt Auskunft über die Ausstattung mit Einzelhandelsbetrieben, kann aber Hinweise auf mögliche Potentiale geben.

Tabelle 9 - Verkaufsflächendichte in Sarstedt

<b>Bedarfsbereich</b>	<b>Verkaufsflächendichte in Sarstedt in qm je Einwohner</b>	<b>Verkaufsflächendichte in Vergleichsstädten* in qm je Einwohner</b>
<b>periodischer Bedarf</b>	0,78	0,71
<b>aperiodischer Bedarf</b>	0,65	1,80
<b>gesamt</b>	<b>1,43</b>	<b>2,50</b>

Folgenden Aussagen können allerdings getroffen werden:

- Sarstedt liegt mit einer aktuellen Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarfsbereich deutlich über dem Niveau der Mittelzentren innerhalb des erweiterten Wirtschaftsraums Hannover
- Der Vergleich der Verkaufsflächendichte in aperiodischen Bedarfsbereich bestätigt die Ergebnisse der vorherigen Analysen. Im aperiodischen Bedarfsbereich liegt Sarstedt mit 0,65 m<sup>2</sup> pro Einwohner deutlich unter dem Durchschnitt der Mittelzentren im erweiterten Wirtschaftsbereich Hannover

Schlussfolgerung:

Sarstedt verfügt über eine Verkaufsflächenausstattung, die in den Warengruppen des aperiodischen Bedarfsbereiches noch erhebliches Potenzial ausweist.

## 10 Kaufkraftstromanalyse in Sarstedt

Zunächst wird die Kaufkraftbindung- also die Bindung der Kaufkraft und des daraus resultierenden Umsatzes an Sarstedt untersucht.

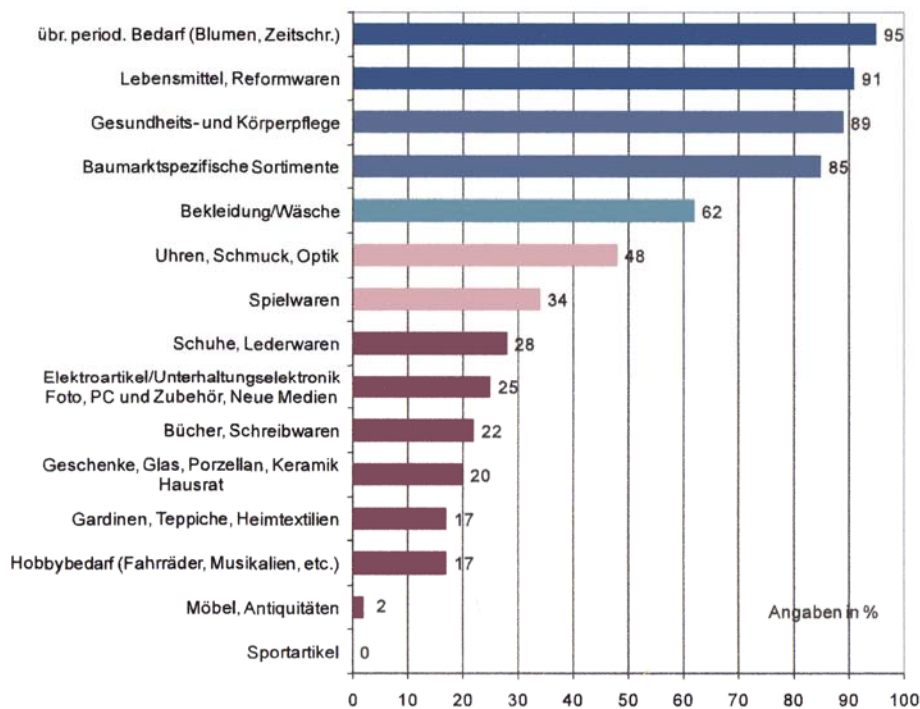


Abbildung 7 - Kaufkraftbindung des Einzelhandels in Sarstedt

Der Umsatz der Stadt Sarstedt belief sich im Jahr 2008 auf 93,8 Mio. € und setzte sich zusammen aus 71 Mio. € örtlicher Nachfrage (ca. 76%) und zu 22,8 Mio. € (ca. 24%) aus externen Kaufkraftzuflüssen.

An der Grafik erkennt man, dass in den verschiedenen Warengruppen unterschiedliche Bindungsquoten erreicht werden.

Der periodische Bereich, also Waren des täglichen Bedarfs, erreicht eine Bindungsquote von 91%, der aperiodische Bereich, Güter und Waren mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrythmus hingegen nur 43%. Die geringsten Bindungsquoten werden in den Branchen erzielt, die auch die geringsten Handelszentralitäten aufweisen.

Diese sind:

- Schuhe, Lederwaren
- Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
- Bücher, Schreibwaren
- Geschenke, Glas, Porzellan
- Gardinen, Teppiche, Heimtextilien
- Hobbybedarf
- Möbel, Antiquitäten
- Sportartikel

## 11 Kaufkraftströme

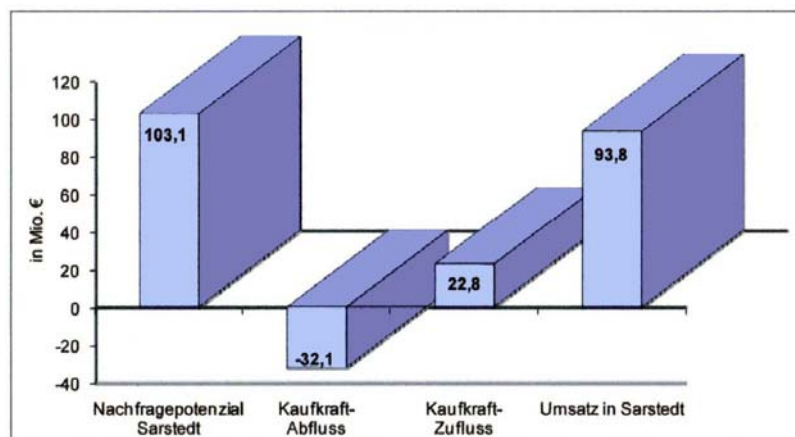


Abbildung 8 - Kaufkraftströme und Nachfragepotential in Sarstedt in Mio. €

Das Nachfragepotential der Stadt Sarstedt liegt bei 103,1 Mio. €. An obiger Grafik ist zu erkennen, dass ein hoher Kaufkraftabfluss von 32,1 Mio. € besteht und dieser nicht von den 22,8 Mio. € Kaufkraftzuflüssen ausgeglichen werden kann, sodass saldiert ein Kaufkraftabfluss bestehen bleibt. Insgesamt beläuft sich der Umsatz in Sarstedt damit auf 93,8 Mio. €. Zu klären ist nun, auf welche einzelnen Sortimentsbereiche sich die Kaufkraftströme aufteilen.

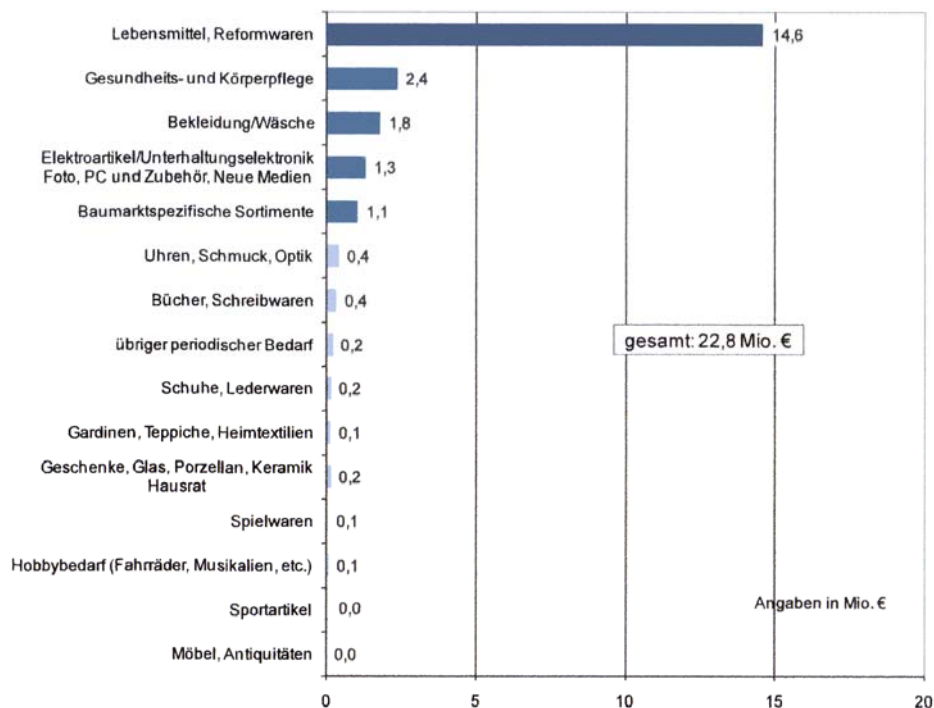


Abbildung 9 - Kaufkraftzuflüsse in Sarstedt

Zuflüsse: Die höchsten Zuflüsse sind in den folgenden Bereichen zu erkennen:

- Lebensmittel, Reformwaren
- mit deutlichem Abstand: Gesundheits- und Körperpflege

Die Sortimente des aperiodischen Bedarfsbereiches weisen deutlich geringere Zuflüsse auf, relevant sind folgende Gruppen:

- Bekleidung, Wäsche
- Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
- Baumarktspezifische Sortimente

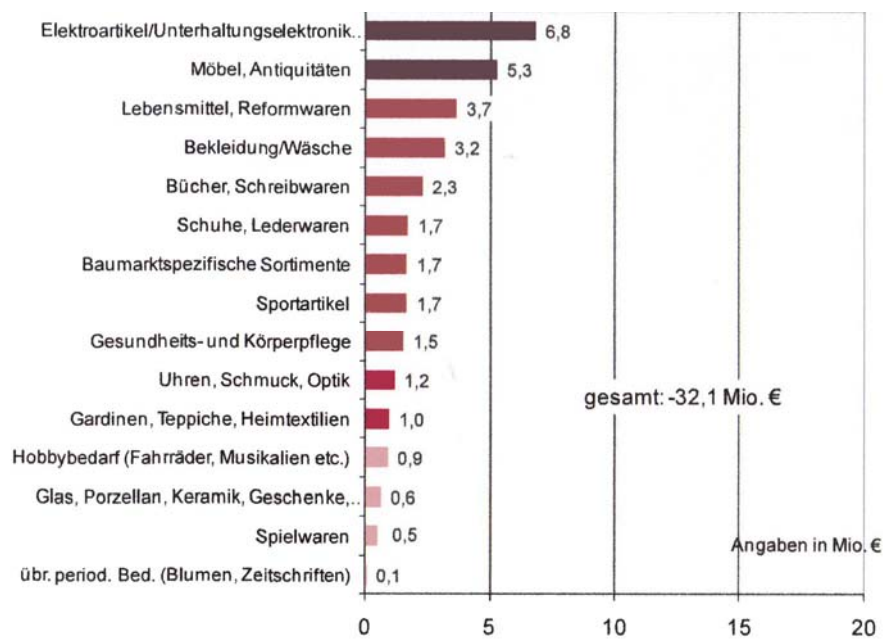


Abbildung 10 - Kaufkraftabflüsse in Sarstedt

Abflüsse: Die bedeutendsten Abflüsse sind in den folgenden Bereichen zu erkennen:

- Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
- Möbel, Antiquitäten
- Lebensmittel, Reformwaren
- Bekleidung, Wäsche
- Bücher, Schreibwaren

Die geringsten Abflüsse weisen die Warengruppen Hobbybedarf, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Geschenke, Spielwaren und der übrige periodische Bedarf auf. Hierzu ist zu sagen, dass in diesen Warengruppen jedoch auch die Verbrauchsausgaben - und somit das Nachfragepotential auf einem niedrigen Niveau liegen.

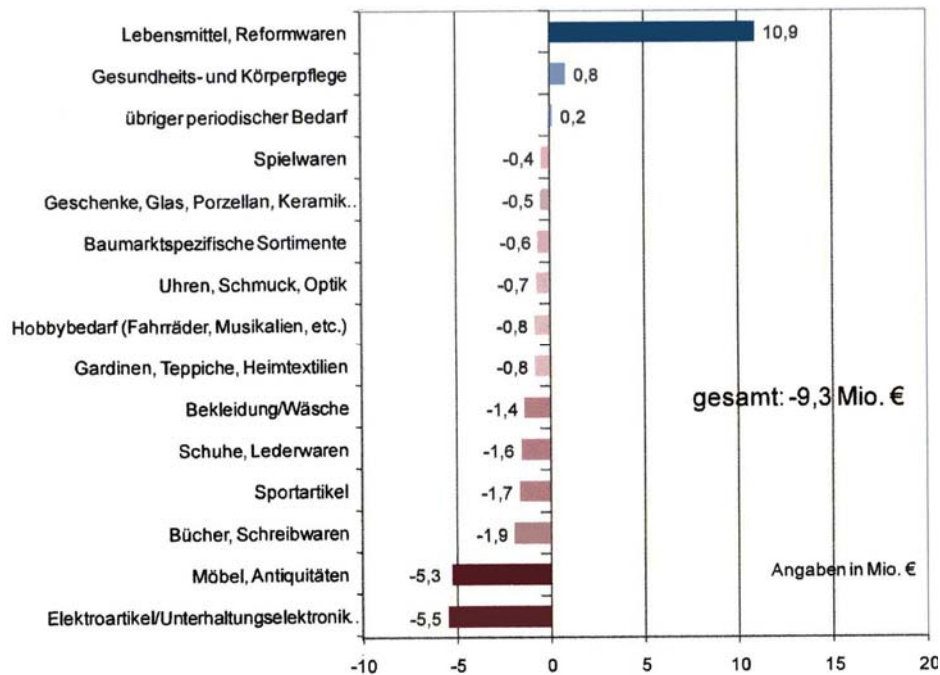


Abbildung 11 - Saldierte Zu- und Abflüsse in Sarstedt

Ein Blick auf die saldierten Zu- und Abflüsse zeigt den großen Unterschied zwischen Warengruppen des periodischen und aperiodischen Bedarfs. In den Gruppen des periodischen Bedarfs überwiegen die Kaufkraftzuflüsse während in den Gruppen des aperiodischen Bedarfs die Abflüsse überwiegen.

Von besonderer Bedeutung sind hier die Sortimente des persönlichen Bedarfs (Schuhe, Bekleidung, Wäsche, Schmuck, Optik etc.), die in Stadtzentren angesiedelt und als Frequenzbringer fungieren sollen (→ zentrenrelevante Sortimente).

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- vorwiegend in der Innenstadt/ zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen
- vom Kunden ohne Probleme transportiert werden können
- i.d.R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind



Nicht-Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- wegen ihres hohen Flächenbedarfs nicht für Zentren geeignet sind
- nur schwer transportiert werden können → zusätzliches Transportmittel nötig
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden

Schlussfolgerung:

Insgesamt überragen die Kaufkraftabflüsse die Zuflüsse - vor allem im aperiodischen Bedarfsbereich.

Negativ für die Situation in der Innenstadt fallen die Abflüsse der persönlichen Bedarfsbereiche, sowie Technik und Medien ins Auge. Dies weist auf ein mögliches Angebotsdefizit im Einzelhandel der Sarstedter Innenstadt hin.

## 12 Betriebs- und Branchenstruktur in Sarstedt

Die Verkaufsfläche in Sarstedt ist nicht optimal aufgeteilt. Allgemein entfallen lediglich rund 20% der Verkaufsfläche auf das Sarstedter Zentrum.

Die wesentlichen Anbieter des periodischen Bedarfs sind Verbrauchermärkte, die jedoch nicht in der Innenstadt angesiedelt sind.

Von den zentrenrelevanten Sortimenten nimmt die Warengruppe Bekleidung/ Wäsche den größten VKF-Anteil ein (9,7%)

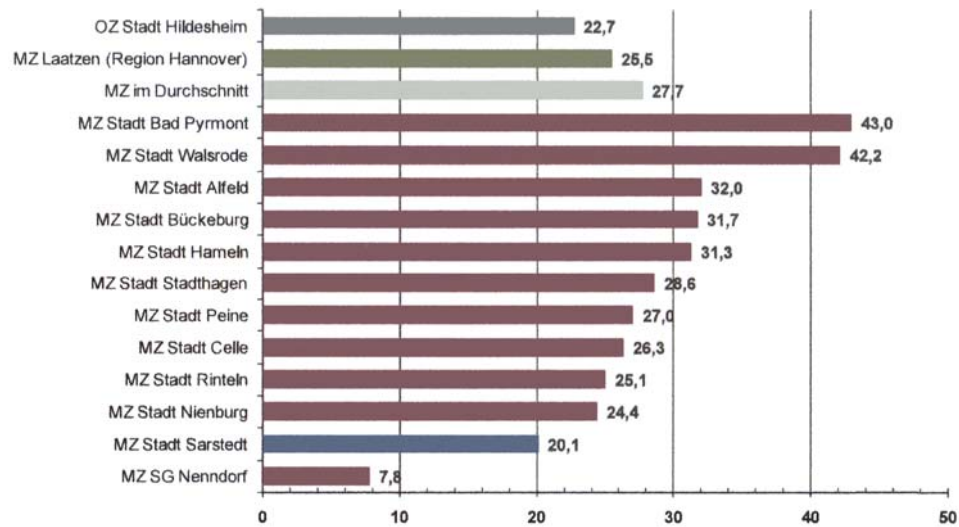


Abbildung 12 - Verkaufsflächenanteile der Sarstedter Innenstadt im Vergleich

## Die Sarstedter Innenstadt

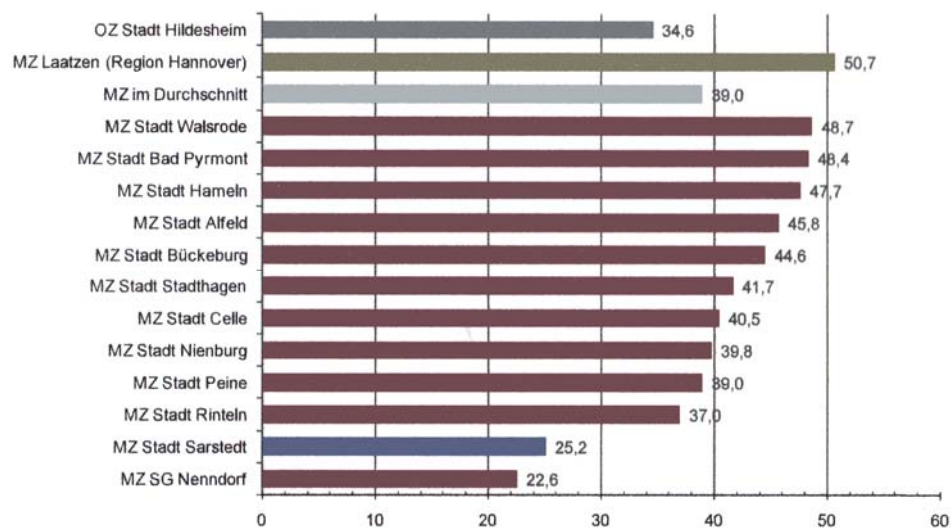


Abbildung 13 - Verkaufsflächenanteile der (üblicherweise) zentrenrelevanten Sortimente in Sarstedt im Vergleich

## 13 Lage und Ansiedlungspotentiale

Die Innenstadt ist das Handels- und Dienstleistungszentrum von Sarstedt und erstreckt sich im Wesentlichen entlang folgender Straßen: Steinstraße (Hauptfrequenzlage), Hahnenstein, Holztorstraße sowie den direkt angrenzenden Bereichen.

Das Potential liegt vor allem in der baulichen Struktur und in der Attraktivität mehrerer kleiner Einzelhandelsbetriebe. Allerdings treten erhebliche Mängel in Angebotstiefe und -breite auf und ein effektives Flächenmanagement muss her, um die Leerstände zu beseitigen bzw. zukünftig zu vermeiden.

Ein weiterer Aspekt ist, dass die häufig vorkommenden Erdgeschosswohnungen das Bild der gewerblichen Nutzung der unteren Räume/ Läden unterbrechen.

Auch das Fehlen eines großflächigen Magnetbetriebes - dessen Ansiedlung jedoch erschwert wird durch die kleinparzellierte, altstädtische Struktur ist von Bedeutung. Aktuell besitzt keiner der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt eine VKF von über 800 m<sup>2</sup>; lediglich drei Betriebe besitzen eine Verkaufsfläche mit über 300 m<sup>2</sup>.

Schlussfolgerung:

Die Sarstedter Innenstadt ist durch ihre kleinteilige, altstädtische Struktur geprägt. Auf der einen Seite trägt dies zum angenehmen Flair der Stadt bei, auf der anderen erschwert sie die dringend notwendige Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs. Der hohe Anteil von Betrieben mit weniger als 100 m<sup>2</sup> VKF liegt deutlich unter den betriebswirtschaftlich optimalen Betriebsgrößen.

Wie die Kaufkraftströme zeigen, fehlt es an Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten (Bekleidung, Sportartikel, Technik etc.). Die bestehenden Leerstände wirken sich negativ auf das Stadtbild aus.

## 14 Strategien für die zukünftige Entwicklung der Stadt Sarstedt

Hauptkonkurrenzorte für die Stadt Sarstedt sind sowohl die Oberzentren Hannover und Hildesheim sowie das Mittelzentrum Laatzen. Daher ist die Kaufkraftbindung im eigenen Stadtgebiet von besonderer Wichtigkeit um Kaufkraftabflüsse zu verhindern/verringern. Ein Ziel sollte daher sein, die Handelszentralität der Stadt zu erhöhen.

Handelszentralität = Index der beeinflusst wird, durch einzelhandelsrelevanten Umsatz und der Kaufkraft. Je größer die Handelszentralität einer Stadt ist, desto größer ist die Attraktivität dieser Stadt als Einkaufsort und damit die Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland.

Die Innenstadt von Sarstedt besitzt zur Zeit einen VKF-Anteil von lediglich 20%, was zu wenig ist. Auch die Ansiedlung eines attraktiven Lebensmittelmarktes im Innenstadtbereich sollte geprüft werden.

Nach Möglichkeit sollte in der Innenstadt eine größere Verkaufsfläche geschaffen werden mit dem Ziel, eine erhöhte Passantenfrequenz zu generieren, von der die anliegenden Einzelhandelsgeschäfte profitieren können. Die fehlenden zentrenrelevanten Sortimente könnten hier angesiedelt werden.

In einigen Branchen bestehen Ansiedlungspotentiale, diese sind speziell für Sarstedt:

**Zentrenrelevanten Sortimente (Ansiedlungsschwerpunkte -fett):**

- **Bekleidung** (Damen, Herren, Kinder), Wäsche, Strümpfe, Schuhe etc.
- Uhren, Schmuck, Optik
- **Bücher & Schreibwaren**
- **Unterhaltungselektronik, Elektroartikel, Computer, Film**
- **Sportartikel**
- Spielwaren, Musikinstrumente
- Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik etc
- Geschenkartikel
- Heimtextilien
- Sanitätswaren

### **Nahversorgungsrelevante** Sortimente (täglich/ wöchentlich nachgefragt):

- Lebensmittel, Getränke, Reformwaren
- Drogerieartikel
- Zeitschriften

### **Nicht-zentrenrelevanten** Sortimente:

- Möbel, Antiquitäten
- Baumarktartikel, Werkzeuge, Baustoffe, Farben, Tapeten etc.
- Zoobedarf, Gartenbedarf
- Campingartikel
- Büroeinrichtung
- Fahrräder

Innenstädte leben von Funktionsvielfalt. Neben dem Einzelhandel sollten in der Innenstadt auch unterschiedliche Dienstleistungsbetriebe wie Gastronomien und handwerkliche Betriebe angesiedelt werden, damit auch nach Ladenschluss der Stadtmittelpunkt noch genutzt wird.

Es sollte auch überprüft werden, ob unterschiedliche Events oder Marketingmaßnahmen als Publikumsmagneten umsetzbar sind.

### Zusammengefasst: Standortkonzept

- Erhöhung des Verkaufsflächenanteils
- Ansiedlung geeigneter Branchen
- Zusammenlegung kleinerer Flächen um größere attraktivere Verkaufsflächen entstehen zu lassen
- Konzentration auf die Steinstraße (A-Lage) → Erhöhung der Passantenfrequenz
- Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ins Stadtzentrum (A-Lage schwierig → B-Lage mit Anbindung an bestehende Einkaufsmöglichkeiten)

## 15 Flächenmanagement

Der Grundgedanke des Flächenmanagements besteht darin, vorhandene Immobilienflächen effektiver zu nutzen. Leerstände sollen vermieden werden. Durch Transparentmachen von Informationen über leerstehende Geschäfte steigt die Chance auf Neubesetzung.

Aktives Leerflächenmanagement kann auch bedeuten, leerstehende Filialen als Schaufensterplätze, Ausstellungsflächen für Künstler o.ä. zu nutzen. Auch Zwischennutzungen wie Pop-up-Stores sind denkbar.

## 16 Vergleich mit Einzelhandelskonzept Hannover

Wichtig für den Makrostandort ist natürlich auch der Vergleich zu dem Oberzentrum Hannover. Im folgenden Teil, werden wichtige Daten aufgelistet, die aufzeigen, welche Potenziale in Hannover im Vergleich zu der Stadt Sarstedt existieren. Zu dem Einzelhandelskonzept der Region Hannover zählt natürlich die Stadt Hannover, die Mittelzentren, die die Innenstadt Hannover umgeben, die Region insgesamt sowie Daten zu den Grundzentren.

In der nachfolgenden Grafik ist einmal die Einwohnerentwicklung, die Kaufkraftentwicklung, die Entwicklung des Nachfragevolumens dargestellt. Dabei stellt die Entwicklung des Nachfragevolumens die Größe, die am besten Auskunft über das einzelhandelsrelevante Ausgabevolumen gibt.

Übersicht 1: Nachfrageaspekte; Entwicklungen/Veränderungen, Gesamtbetrachtung				
	Grundzentren Gesamt	Mittelzentren Gesamt	Stadt Hannover	Region insgesamt
wohnberechtigte Einwohner 1997	212.454	408.152	522.166	1.142.772
wohnberechtigte Einwohner 2001	220.625	414.225	518.005	1.152.855
Veränderungen absolut	8.171	6.073	-4.161	10.083
Veränderungen in %	3,8	1,5	-0,8	0,9
Ø Kaufkraftniveau 1998	110,2	102,0	103,5	104,8
Ø Kaufkraftniveau 2001	111,0	104,8	102,6	106,3
Nachfragevolumen alt (Mio. €)	1181,4	2132,2	2746,6	6060,2
Nachfragevolumen neu (Mio. €)	1278,1	2281,7	2801,7	6361,5
Veränderung absolut (Mio. €)	96,7	149,5	55,1	301,3
Veränderung in %	8,2	7,0	2,0	5,0
Verbrauchsausgabensatz ohne Ausgaben im KFZ-, Brennstoff- und Versandhandel, inkl. Lebensmittelhandwerk und Arzneimittel: ursprüngliche Datenbasis: 5.104 € je Einwohner g e s a – Aktualisierung für 2001: 5.289 € je Einwohner				

Abbildung 14 - Nachfrageaspekte, Entwicklungen/ Veränderungen, Gesamtbetrachtung

Zu erkennen ist, dass sich die Grundzentren, gefolgt von den Mittelzentren in Bezug auf die Einwohnerzahl und das Nachfragevolumen positiv entwickelt haben. Dies ging allerdings zu Lasten der Landeshauptstadt Hannover. Das bedeutet, dass die Bevölkerung zum Teil aus der Stadt Hannover auswandert und sich in die umliegenden Gemeinden ansammelt. Eine erhöhte Nachfrageentwicklung ist dagegen in allen Zentren auszumachen. Damit verbunden steigt natürlich auch das Kaufkraftniveau.

Die nächste Übersicht zeigt die Flächenentwicklung des Einzelhandels in der Region. Unter Berücksichtigung von Flächenzu- und -abgängen verzeichnen sowohl die Grundzentren als auch die Mittelzentren einen Flächenzuwachs. Insgesamt steigt der Flächenverbrauch pro Einwohner in der Region um 1,37 qm Verkaufsfläche.

Übersicht 6: Entwicklung des Verkaufsflächenbestandes – Gesamtbetrachtung			
	Grundzentren Gesamt	Mittelzentren Gesamt	Region Gesamt
Verkaufsflächenbestand (98/99) in qm	208.050	543.300	751.350
Verkaufsflächenzugänge in qm	58.870	99.414	158.284
Verkaufsflächenabgänge in qm	19.320	17.550	36.870
Verkaufsflächenbestand aktuell in qm	247.600	625.164	872.764
Verkaufsflächenzuwachs in qm	39.550	81.864	121.414
Veränderung in %	19,0	15,1	16,2
VKF je Einwohner (98/99) in qm	0,98	1,34	1,21
VKF je Einwohner aktuell in qm	1,12	1,51	1,37
Veränderung in qm	0,14	0,17	0,16

Abbildung 15 - Entwicklung des Verkaufsflächenbestandes – Gesamtbetrachtung

Es wird prognostiziert, dass der Flächenverbrauch weiter anhält. So dürfen die Discountbetriebe weiter anwachsen. Allgemein wird der Supermarktbereich sich also vergrößern. Im Vergleich dazu, hat sie die Entwicklungsdynamik im SB-Warenbereich verlangsamt, wobei mit Sicherheit betreiberspezifische Unterschiede erkennbar sind.

In den nächsten Grafiken ist zu erkennen, dass sich die Grundzentren recht unterschiedlich entwickelt haben.



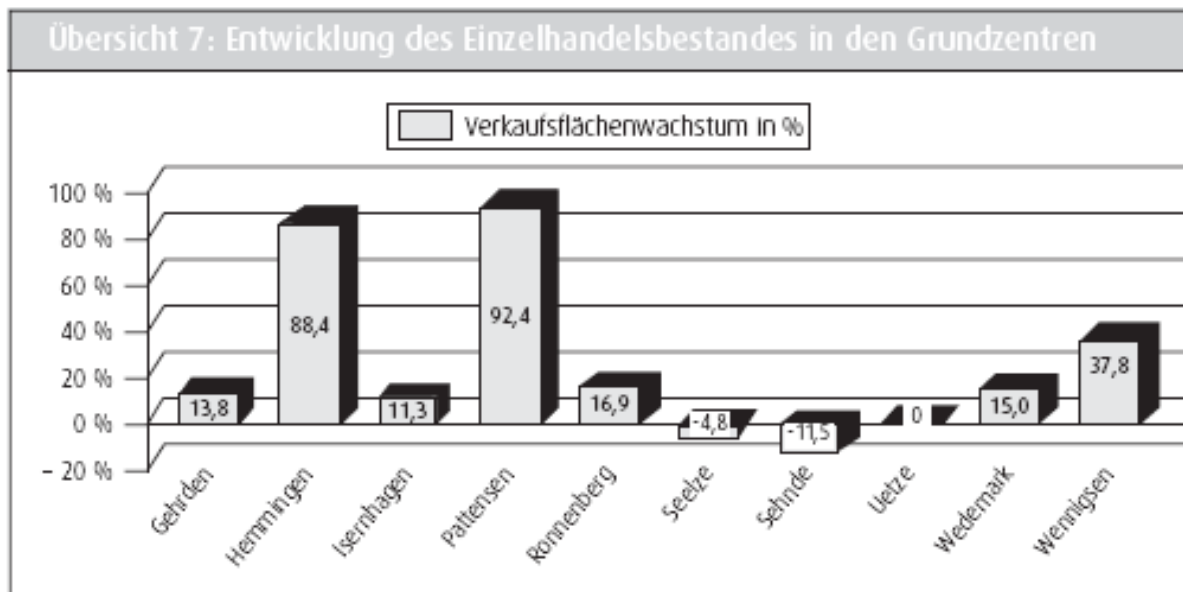


Abbildung 16 - Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in den Grundzentren

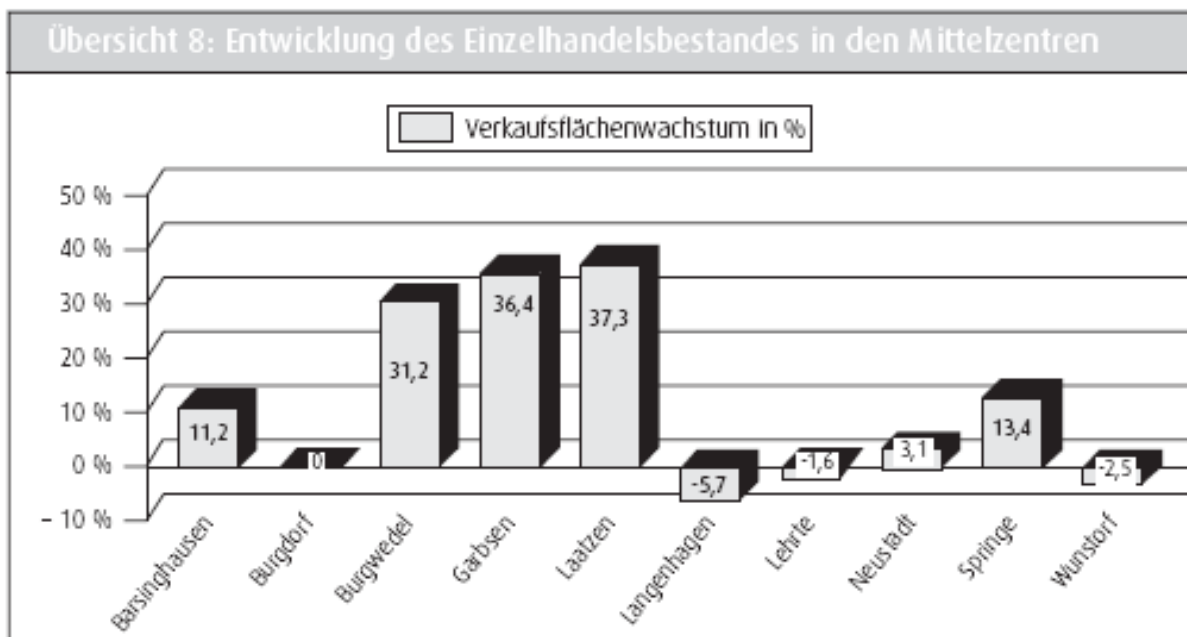


Abbildung 17 - Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in den Mittelzentren

In den Grundzentren Hemmingen und Pattensen ist eine starke Entwicklung des Einzelhandels zu verzeichnen, wobei die anderen Zentren wie Gehrden oder Seelze zum Teil ein Minus zu verzeichnen haben. Fast ähnlich sieht das Bild bei den Mittelzentren aus. Hier verzeichnen Burgwedel, Garbsen und Laatzen ein dickes Plus. Lehrte, Burgdorf aber auch Langenhagen können von dieser Situation nicht profitieren.

## 17 Literaturliste

- [1] NIEDERSÄCHSISCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG
- Regionalreport 2003
  - Regionalreport 2004
  - Regionalreport 2005
  - Regionalreport 2007
  - Regionalreport 2008
- [2] Arbeits- und Ausbildungsmarkt in Deutschland 2009
- [3] Demographiebericht, Ein Baustein des Wegweisers demographischer Wandel  
[www.wegweisedemographie.de](http://www.wegweisedemographie.de)
- [4] Regionales Raumordnungsprogramm, Beiträge zur regionalen Entwicklung der Region Hannover und Hildesheim
- [5] Regionalfallstudie 0106 Raumordnungsprogramm 2005
- [6] Regionalfallstudie 0106 Beschäftigungsentwicklung 2005
- [7] Regionalfallstudie 0106 Mobilität Auszubildende 2005
- [8] <http://www.immowelt.de/immobilien/ImmoMarktMiete.aspx?GeoID=10803254&EType=1&>
- [9] Bertelsmann zur Region Sarstedt:
- Absolute Bevölkerungsentwicklung im Vergleich
  - Alterpyramide
  - Einflussfaktoren der Bevölkerungsentwicklung
  - Kommunale Daten Arbeit und Wirtschaft
  - Länderbericht Niedersachsen
  - Relative Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

- Kommunale Daten soziale Lage
- Kommunale Daten demographische Entwicklung

[10] Vorträge:

- Programmkomponente Stadtumbau Sarstedt
- Vortrag zur Urbanisierung und demographischer Entwicklung von Prof. Dr. Brandt (NordLB Regionalwissenschaften)
- Stadt Sarstedt, Sanierungsgebiet „Steinstraße, Holztor Ost“

Auftakt- und Bürgerinformationsveranstaltung zur Innenstadtsanierung  
22. Oktober 2009

[11] CIMA Beratung und Management GmbH

[12] <http://www.ies.uni-hannover.de/fileadmin/download/Standortanalyse-Hildesheim.pdf>

[13] [www.wegweiser-kommune.de](http://www.wegweiser-kommune.de)

[14] [www.db.de](http://www.db.de) / [www.üstra.de](http://www.üstra.de)

[15] <http://home.meinestadt.de/sarstedt>

[16] <http://www.stadtbranchenbuch.com/sarstedt/>

[17] [http://www.gewos.de/html/de/referenzen/ref\\_wohnungsmarkt.htm](http://www.gewos.de/html/de/referenzen/ref_wohnungsmarkt.htm)

[18] <http://www.hannover.de/data/download/RH/umwelt/Demograf.pdf>

[19] <http://www.gerstenberg.com/haz2005/index.php?urlart=989>

[20] <http://www.sarstedt.de/>

## 18 Anhang

## ***„Stadtentwicklung Sarstedt“***

# **Auswertung der Befragung der Geschäftsleute in Sarstedt**

**Wintersemester 2009/2010**

Teilnehmer: Christina Bolte  
Sebastian Köhler  
Sascha Kock

Betreuer: Günter Buchholz

## Inhalt

1 Einleitung .....	3
2 Auswertung .....	3
3 Persönliches Fazit .....	10

## 1 Einleitung

Im Rahmen des Studienprojektes „Stadtentwicklung Sarstedt“ im Wintersemester 2009/2010 wurde eine Befragung der Geschäftsleute vor Ort zur aktuellen Situation durchgeführt.

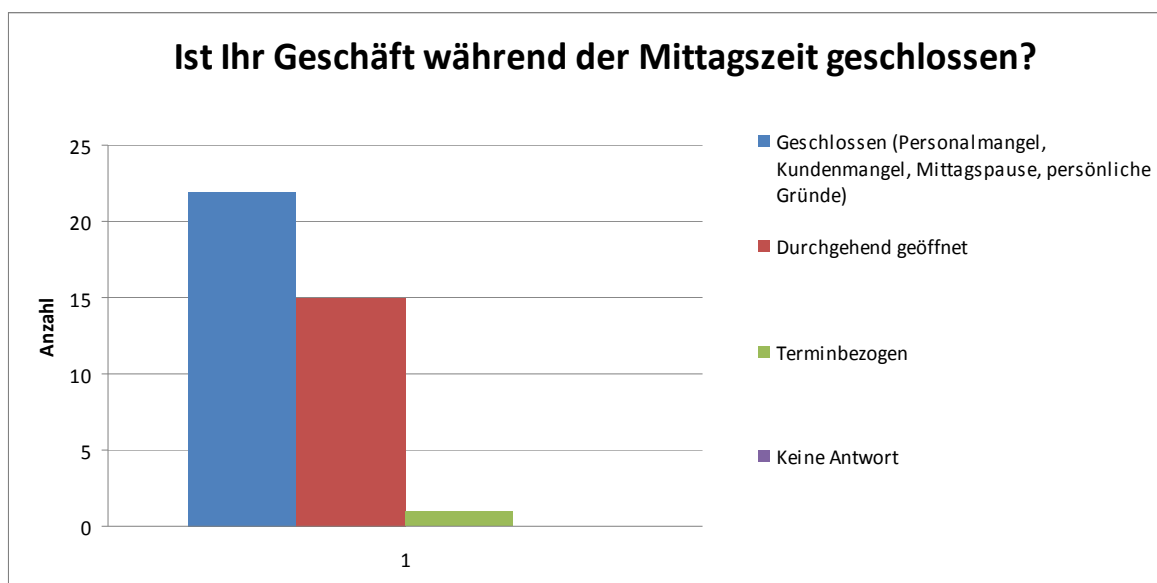
Die Umfrageergebnisse werden auf den nachfolgenden Seiten in schriftlicher sowie in graphischer Form erläutert.

## 2 Auswertung

Insgesamt wurden in der Stadt Sarstedt 38 Einzelhändler und Dienstleistungsunternehmen entlang der Holztorstraße und der Steinstraße befragt. Im Folgenden werden die einzelnen Fragestellungen und deren Ergebnisse erläutert.

**Tabelle 1 - Antworten zu Frage 1**

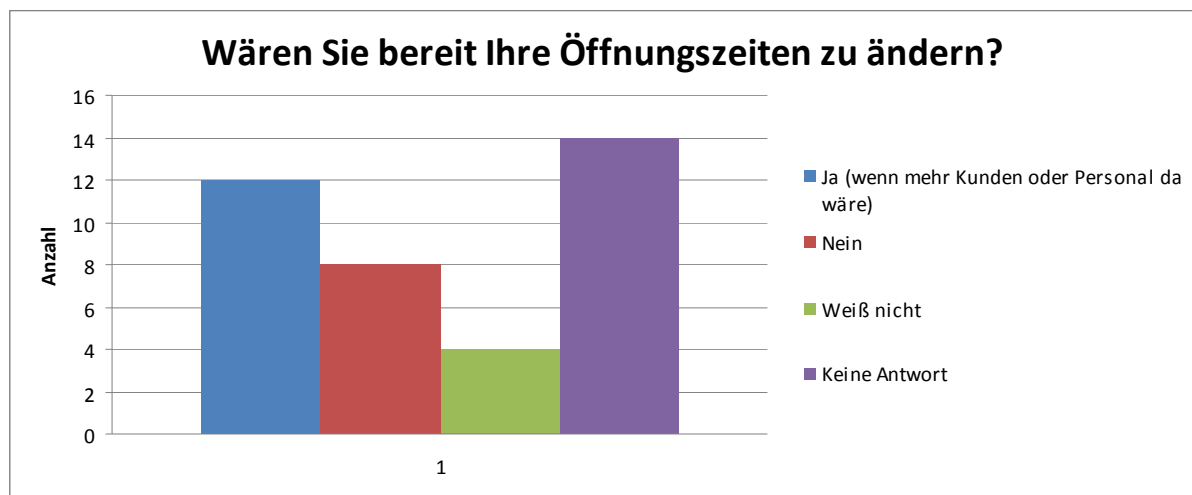
Frage 1	Ist Ihr Geschäft während der Mittagszeit geschlossen?	
Antw:	Geschlossen (Personalmangel, Kundenmangel, Mittagspause, persönliche Gründe)	22
	Durchgehend geöffnet	15
	Terminbezogen	1
	Keine Antwort	0



**Abbildung 1 – Graphische Darstellung der Antworten zu Frage 1**

**Tabelle 2 - Antworten zu Frage 2**

Frage 2	Wären Sie bereit Ihre Öffnungszeiten zu ändern?	
Antw:	Ja (wenn mehr Kunden oder Personal da wäre)	12
	Nein	8
	Weiß nicht	4
	Keine Antwort	14



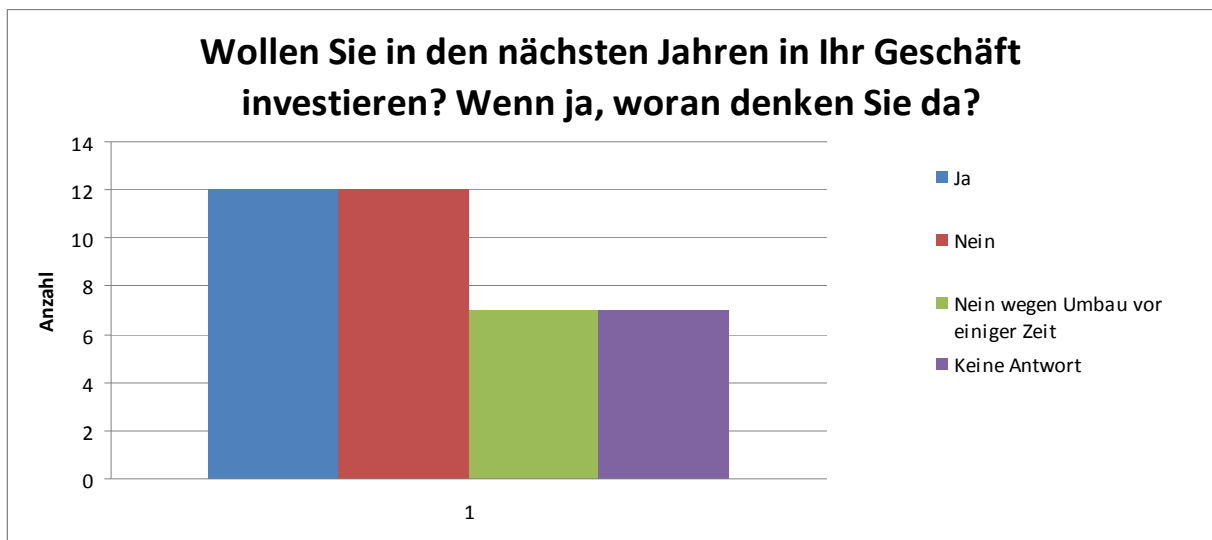
**Abbildung 2 – Graphische Darstellung der Antworten zu Frage 2**

Wie in Abbildung 1 und 2 zu erkennen ist, hat die Mehrheit der Geschäfte über die Mittagszeit (13-15 Uhr) geschlossen. Das hat mannigfaltige Gründe. In den meisten Fällen wurde als Grund der Kundenmangel genannt. Die Geschäftsleute fügten hinzu, dass zu dieser Zeit in der Stadt kein Kundenstrom zu verzeichnen ist. Der grundsätzliche Wille zur durchgehenden Öffnung ist jedoch vorhanden. Weitere Gründe in diesem Zusammenhang waren der Personalmangel und persönliche Gründe, allerdings beharrte eine Vielzahl der Geschäftsleute auf ihre Mittagspause.

Für die Leute die durchgehend geöffnet haben, war es nicht erforderlich, Frage 2 zu beantworten und geht daher in der Statistik als „Keine Antwort“ ein.

**Tabelle 3 - Antworten zu Frage 3**

<b>Frage 3</b>	<b>Wollen Sie in den nächsten Jahren in Ihr Geschäft investieren? Wenn ja, woran denken Sie?</b>	
<b>Antw:</b>	Ja	12
	Nein	12
	Nein wegen Umbau vor einiger Zeit	7
	Keine Antwort	7



**Abbildung 3 – Graphische Darstellung der Antworten zu Frage 3**

Aus der Tabelle 3 und der Abbildung 3 geht hervor, dass rund ein Drittel der Geschäftsleute vorhaben, in den nächsten Jahren in ihr Geschäft zu investieren. Dabei handelt es sich hauptsächlich um Renovierungs- oder Umbauarbeiten. In zwei Fällen waren eine Erweiterung der Ladenfläche sowie der Ausbau des Personals vorgesehen.

Da es sich bei einer Vielzahl von Geschäftsleuten um Pächter handelt, sind Umbau- und Sanierungsvorhaben erst in Absprache mit dem Vermieter durchführbar. In den Fällen, wo der Geschäftsführer zum Zeitpunkt der Befragung nicht anwesend war, konnten die Angestellten keine verlässliche Auskunft geben. In einigen Geschäften waren vor kurzem Investitionen in Betriebs- und Geschäftsausstattung vorgenommen worden, dort besteht keine Notwendigkeit für eine zeitnahe Investition.



Tabelle 4 - Antworten zu Frage 4

Frage 4	Wie wollen Sie sich in dem Sanierungsprojekt einbringen?	
Antw:	Ja	7
	Nein	6
	Nur von gehört, aber keine Beteiligung	19
	Kein Interesse, macht keinen Sinn	4
	Wenn stimmiges Konzept, ja	2

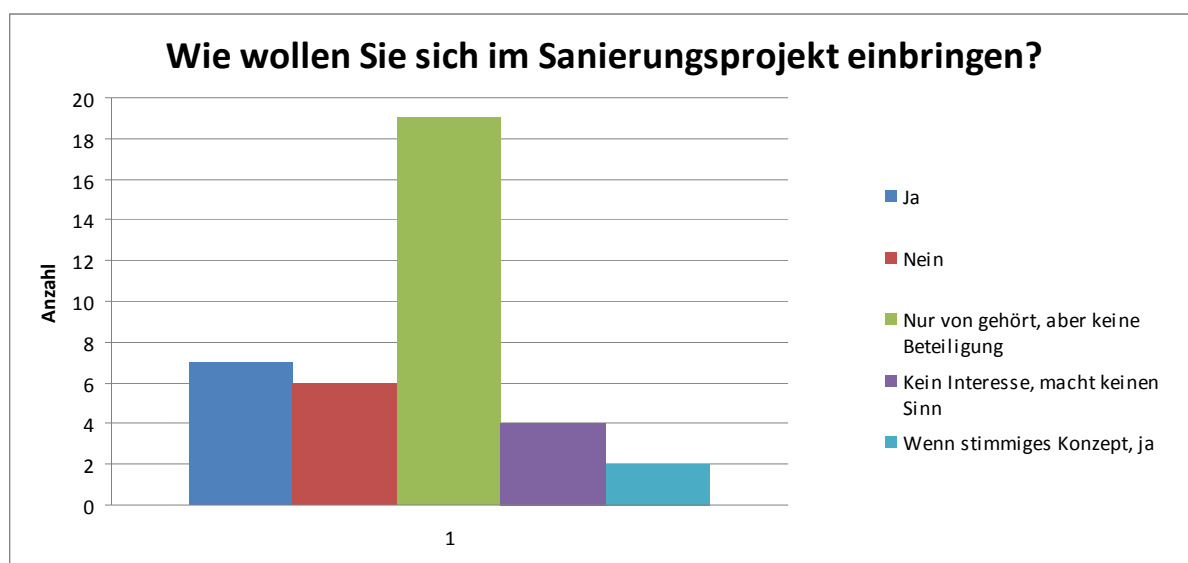


Abbildung 4 – Graphische Darstellung der Antworten zu Frage 4

Frage 4 ist von besonderer Bedeutung für die Stadtverwaltung sowie für die Geschäftsleute. Auffällig ist, dass die Mehrzahl der Geschäftsleute von dem Begriff Sanierungsbeirat/Sanierungsprojekt schon gehört, aber keine konkrete Vorstellung zur Ziel- und Umsetzung des Gremiums haben.

7 von 38 Geschäftsleuten wollen sich direkt und aktiv am Sanierungsprojekt einbringen.

Tabelle 5 - Antworten zu Frage 5

Frage 5	Welche Probleme gibt es aus Ihrer Sicht für die Stadt Sarstedt? (Mehrfachnennungen)	
Antw:	Parkplatzproblem	11
	Öffnungszeiten anderer Geschäfte, Unstimmigkeiten unter den Geschäftsleuten	10
	Innenstadtkonzept, Fußgängerzone	8
	Kein attraktives Angebot, fehlender Supermarkt (periodischer Bedarf)	7
	Aussterbeprozesse, Leerstand	6
	Lage Sarstedts zwischen den Oberzentren Hannover & Hildesheim	5
	Baumaßnahmenregelungen der Stadtverwaltung	4
	Politessen	4
	Keine Antwort	4
	Einbahnstraßenregelung	3
	Stadtverwaltung	3
	Kundenmangel	2
	Straßenmodernisierung nicht ausreichend	1
	Konkurrenzkampf durch Saisongeschäfte	1
	Kein Stadtmarketing vorhanden	1



Abbildung 5 – Graphische Darstellung der Antworten zu Frage 5

Aus Sicht der Geschäftsleute gibt es viele Probleme für die Stadt Sarstedt. Diese Probleme unterliegen den subjektiven Einschätzungen der Geschäftsleute, die bedingt sind durch die Ansiedlung entlang der Holztorstraße bzw. Steinstraße.

Mehrfachnennungen waren aufgrund der Fragestellung möglich. Folgende fünf Punkte werden wegen ihrer Bedeutsamkeit und der Gewichtung erläutert.

- Parkplatzsituation:

Wird allgemein als unzureichend empfunden, oft wurde gefordert, dass kostenlose Parkplätze von Vorteil wären. Der Einsatz von Politessen in Sarstedt wurde oft kritisiert.

- Öffnungszeiten der Geschäftsleute und Unstimmigkeiten unter den Geschäftsleuten:

Zwischen den Geschäftsleuten herrscht ein Spannungsfeld, aufgrund der unterschiedlichen Öffnungszeiten zum einen, als auch zur grundsätzlichen Zusammenhalt und der Einigkeit.

- Innenstadtkonzept, Fußgängerzone:

Bemängelt wird, dass sich das Innenstadtkonzept zu sehr auf den Bereich Steinstraße als auf die Holztorstraße bezieht.

- Kein attraktives Angebot, fehlender Supermarkt (periodischer Bedarf):

Viele Geschäftsleute erwähnten, dass in der Innenstadt ein Anziehungspunkt wie z.B. ein Supermarkt fehlt, der Kundenströme in die Stadt zieht.

- Aussterbeprozesse, Leerstand:

Die hohe Zahl an leer stehenden Geschäften beeinträchtigt das Stadtbild negativ

Einige Geschäftsleute äußerten sich verärgert in Bezug auf vollendete und zukünftige Baumaßnahmen und die Regelungen seitens der Stadtverwaltung, die nicht förderlich für das Geschäftsleben sind (Renovierungsarbeiten am Haus werden behindert etc.).

Tabelle 6 - Antworten zu Frage 6

Frage 6	Was unternehmen Sie gegen die Ladenflucht in Sarstedt? (Mehrfachnennungen)	
Antw:	Stammkundenbindung	5
	Werbemaßnahmen	21
	Servicemaßnahmen	11
	Freundlichkeit, Auftreten	7
	Differenzierung, Kreativität	2
	Keine Antwort	8

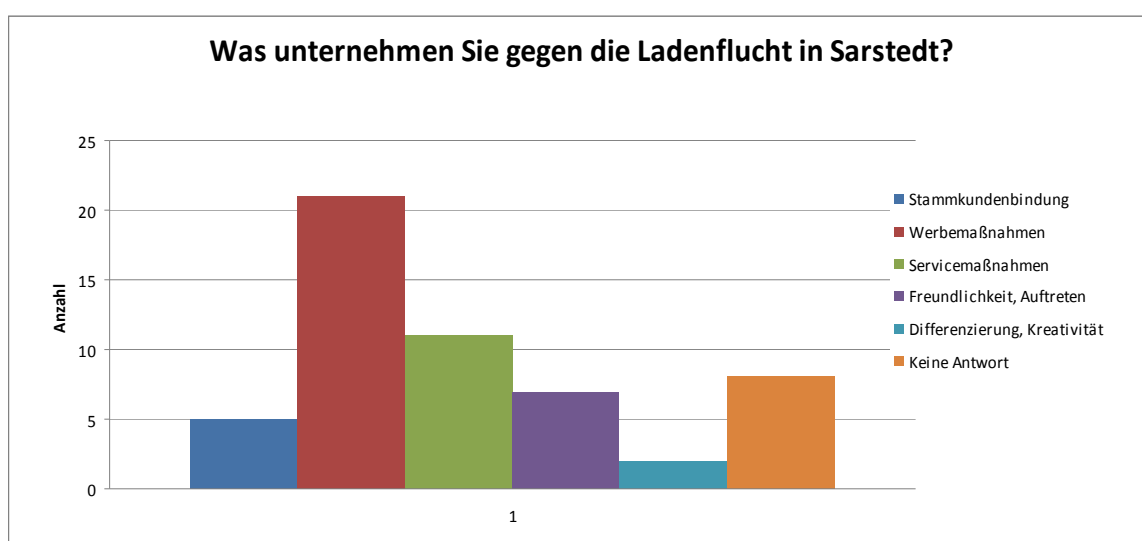


Abbildung 6 – Graphische Darstellung der Antworten zu Frage 6

Die Sarstedter Geschäftsleute versuchen durch Werbe- und Servicemaßnahmen die Nachfrage in der Stadt Sarstedt aber auch in den eigenen Geschäften zu halten. Viele Geschäftsleute waren bei dieser Frage sichtlich überrascht, und äußerten sich bei der Beantwortung mit Standardangaben wie bereits benannt. Einige gaben jedoch spezifischere Antworten wie z.B. Kreativität als auch die Differenzierung zu anderen Wettbewerbern an.

### 3 Persönliches Fazit

Im Folgenden möchten wir unsere persönlichen Eindrücke und Empfehlungen schildern.

Zur Sandwichlage Sarstedts zwischen den Oberzentren Hannover und Hildesheim erscheint es uns wichtig, sich durch ein differenziertes, kundengerechtes und spezialisiertes Angebot abzugrenzen, um Kaufkraft zu binden und das Markteinzugsgebiet zu erweitern. Aufgrund demographischer Gegebenheiten, sollte das Angebot in Sarstedt an die vorherrschende und aufkommende Altersstruktur angepasst werden. In der Sarstedter Innenstadt fehlen z.B. Geschäfte, die Sportartikel, Lebensmittel und junge Mode verkaufen. Diese Geschäfte könnten einen Anziehungspunkt bieten, wodurch Synergieeffekte für die umliegenden Einzelhändler entstehen würden. Dies ist auch vor dem Hintergrund der nahezu ausgeglichenen Pendlerstatistik zu beachten, da die Kaufkraft der in Sarstedt lebenden Pendler als auch der einpendelnden Arbeitskräfte besser ausgeschöpft werden könnte.

Die sich häufende Anzahl an leerstehenden Verkaufsflächen wirkt sich zum einen negativ auf das Innenstadtbild aus und könnte besser genutzt werden, z.B. Pop-Up-Stores. Ein weiteres Problem der Innenstadt ergibt sich aus der Einbahnstraßenregelung und der daraus resultierenden erschwerten Erreichbarkeit der Holztorstraße bzw. Steintorstraße. Aus unserer Sicht besteht allerdings kein Parkplatzproblem, da genügend Stellflächen vorhanden sind wie z.B. am Innerstebad oder an der Weberstraße, es sollte jedoch angedacht werden die Parkplätze frei zur Verfügung zu stellen.

Die unabgestimmten Öffnungszeiten der ansässigen Einzelhandelsbetriebe wirken sich direkt auf mögliche Einkaufsgewohnheiten der Kundschaft aus. Bei einem derzeitigen Ladenöffnungsangebot von 40% geöffneter Geschäfte zu 60% geschlossenen Geschäften über der Mittagszeit entstehen Irritationen für potenzielle Käuferschaften. Grundsätzlich können sich die meisten Geschäftsleute vorstellen, dass bei einer kollektiven Öffnungszeitenregelung mehr Transparenz für Kunden gegeben ist, hierbei besteht allerdings kein einstimmiger Konsens.

Durch die vorherrschenden Regelungen zu Sanierungsvorhaben seitens einiger Einzelhändler entwickelt sich zunehmend Misstrauen gegenüber der Stadtverwaltung. Es scheint ein beiderseitiges Kommunikationsproblem vorhanden zu sein, welches man an der Nichtpartizipation eines Großteils der Händlerschaft am Sanierungsbeirat feststellen kann. An dieser Stelle sollte an einer besseren Informationspolitik gearbeitet werden.